



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Asiakastyytyväisyyskysely Millitilit Oy:lle

Kivi-aho, Mirka

2017 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Asiakastyytyväisyyskysely Millitilit Oy:lle

Kivi-aho Mirka
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2017

Kivi-aho Mirka

Asiakastyytyväisyyskysely Millitilit Oy:lle

Vuosi	2017	Sivumäärä	40
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tilitoimiston asiakasyritysten asiakastyytyväisyys ja siihen vaikuttaneita asiakastyytyväisyyden tekijöitä. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Millitilit Oy:lle. Tutkimuksen tavoitteena oli saada lisää tietoa asiakaslähtöisemmän liiketoiminnan ja asiakastyytyväisyyden kehittämiseen sekä havainnoida mahdollisesti esiin nousevia kehittämiskohteita. Tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä ei oltu mitattu aikaisemmin.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostui pääasiassa Suomen Taloushallintoliitto ry:stä, asiakastyytyväisyydestä ja palvelun laadusta. Opinnäytetyössä käsiteltiin myös lyhyesti käsitteitä digitaalinen taloushallinto ja palvelun laadun johtaminen. Lähdeaineistona tutkimuksessa käytettiin erilaista ammattikirjallisuutta, sähköisiä aineistoja sekä yrityksen omistajan haastattelua.

Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin joulukuussa 2016 kvantitatiivisena tutkimuksena, jossa sähköiset kyselylomakkeet lähetettiin sähköpostilla asiakkaille. Lähetetyt kyselylomakkeet laadittiin Surveymonkey-ohjelmalla. Vastauksia kertyi yhteensä 21 ja vastausprosentiksi muodostui 35%.

Tutkimustulosten perusteella asiakastyytyväisyys Millitilit Oy:ssä todettiin olevan kiitettävällä tasolla. Eniten tilitoimiston palveluissa arvostettiin asiakaspalvelua, ammattitaitoa ja yhteydenpidon sujuvuutta. Onnistuneista tutkimustuloksista huolimatta tilitoimiston täytyy pysyä jatkuvassa kehityksessä mukana ja pyrkiä asiakaslähtöisempään toimintaan. Tilitoimiston palveluiden kehittäminen tapahtuu pienin ja suunnitelluin toimenpitein, joilla pyritäisiin pysyvään muutokseen. Kehittämistoimia voisi olla ainakin palkanlaskennan toimivuudessa ja aikataulujen suunnittelussa.

Kivi-aho Mirka

Customer satisfaction survey to Millitilit Oy

Year	2017	Pages	40
------	------	-------	----

This Bachelor's thesis research customer satisfaction and influencing factors in an accounting company. The thesis was commissioned by Millitilit Oy. The aim of the study was to get more information on the development of customer-oriented business, and customer satisfaction as well as to observe any emerging development areas. The customer satisfaction of the accounting firm had not been measured before.

The theoretical framework consisted mainly of Suomen Taloushallintoliitto ry customer satisfaction and quality of service. The thesis also addressed in brief concepts of digital financial management and quality of service management. The data sources used were research related literature electronic materials, as well as the business owner interviews were used.

The customer satisfaction survey was carried out in December 2016 as quantitative research electronic questionnaires were sent by e-mail to customers. The questionnaires were created and the data was collected using the SurveyMonkey software. 21 clients answered the questionnaire and the response rate was 35 %.

The results showed that customer satisfaction of Millitilit Oy was really good. The biggest factors of satisfaction were customer service, professional skills and the fluidity of communication. Despite the successful results of the analysis, the accounting firm must keep up with the continuous development and strive for customer-oriented activities. The development of the Accounting Company's happens with small and planned changes, which would lead to permanent changes. There could be improvement in payroll and scheduling at least.

Keywords: customer satisfaction, customer oriented approach, accounting company, research

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimusmenetelmän kuvaus	6
1.2	Tutkimuksen tavoite	7
2	Yritysesittely	8
3	Taloushallinto	9
3.1	Suomen Taloushallintoliitto ry	10
3.2	Digitaalinen taloushallinto	10
3.3	Asiakaslähtöisyys taloushallintoalalla	12
4	Tilitoimiston palvelut	13
5	Palvelun laadun johtaminen ja kehittäminen	15
6	Asiakastyytyväisyys	16
6.1	Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	16
6.2	Henkilöstön vaikutus asiakastyytyväisyyteen	17
6.3	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	19
7	Asiakastyytyväisyyskysely	19
7.1	Asiakasyrityksen koko ja yritysmuoto	20
7.2	Yrityksen ikä ja asiakassuhteen pituus	22
7.3	Palveluiden jakautuminen	24
7.4	Asiakastyytyväisyys palveluista	25
7.5	Sähköiset palvelut	28
7.6	Kokonaisarviointi ja suositukset	29
7.7	Tulosten luotettavuus	31
8	Kehitysehdotukset	32
	Lähteet	34
	Kuviot	36
	Liitteet	37

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on tehty Järvenpäässä toimivan Millitilit Oy:n toimeksiantona ja sen on tarkoitus tutkia asiakasyritysten tyytyväisyyttä yrityksen tarjoamiin palveluihin. Tutkimuksen avulla Millitilit Oy saa tietoa asiakkaidensa tyytyväisyyden tasosta ja voi sen avulla kehittää toimintaansa asiakaslähtöisemmäksi. Toimeksiantaja ei ole aikaisemmin kerännyt tietoa asiakastyytyväisyydestä, joten tuloksia ja niiden analysointia on odotettu mielenkiinnolla. Aloitin Millitilit Oy:llä työskentelyn aluksi puolen vuoden harjoittelujaksolla, joka oli osa opintojani, jonka jälkeen olen jatkanut työskentelyä osa-aikaisena kirjanpitäjänä. Opinnäytetyön tekeminen Millitilit Oy:lle tuntui luonnolliselta ratkaisulta työnteon ja opiskelun yhteensovittamisen kannalta.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteena on selvittää asiakasyritysten mielipiteitä palvelusta ja heidän kiinnostustaan palveluiden päivittämisestä nykyaikaisemmiksi. Asiakkaiden tyytyväisyyttä pidetään tärkeimpänä mittarina silloin, kun halutaan selvittää yrityksen tämänhetkistä menestystä ja sitä kuinka palveluja voisi kehittää tulevaisuudessa. Onnistuneiden asiakaskokemusten kautta yritys pystyy todennäköisesti kasvamaan ja sen toiminta tulee kannattavammaksi. Tyytyväiset asiakkaat kertovat yritykselle, että se on hoitanut palveluitaan onnistuneesti.

Järvenpäästä löytyy kymmeniä tilitoimistoja, jotka tarjoavat kirjanpito- ja tilinpäätöspalveluita. Toimistoja on eri kokoisia, mutta keskimäärin palveluiden hintataso on suunnilleen sama, jolloin hinnalla kilpaileminen ei ole kannattavaa. Palvelun laadulla ja ammattitaidolla puolestaan voi vaikuttaa paljon asiakastyytyväisyyteen ja -uskollisuuteen. Millitilit Oy tähtääkin siihen, että tämän tutkimuksen avulla yritys osaa parantaa palveluitaan entisestään ja erottuu muista yrityksistä asiakaslähtöisemmillä palveluilla, ammattitaidolla, ystävällisyydellä ja laadulla.

1.1 Tutkimusmenetelmän kuvaus

Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla mahdollistetaan asiakkaiden mielipiteiden kuunteleminen. Palveluyrityksissä asiakkaiden tuntemus on tärkeää ja asiakastyytyväisyyttä tulisi tutkia säännöllisin väliajoin, jotta muutokset huomataan mahdollisimman nopeasti ja niihin voidaan reagoida nopeasti. Asiakaspalvelua on vaikea kehittää ja suunnitella paremmin asiakkaita palvelevaksi ilman, että asiakkailta kysytään mihin he ovat olleet tyytyväisiä ja missä voisi olla parantamisen varaa. (Aarnikoivu 2005, 37.) Millitilit Oy:lle ei ole aikaisemmin tehty asiakastyytyväisyystutkimusta, joten tällä tutkimuksella saatuja tietoja ei voida verrata aikaisempiin

tutkimuksiin, mutta tulevaisuudessa säännöllisin väliajoin tehtäviä tutkimuksia voidaan verrata tämänhetkiseen tilanteeseen.

Tutkimusmenetelmä voi olla kvalitatiivinen eli laadullinen tai kvantitatiivinen eli määrällinen. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä pyrkii hankkimaan enemmän selityksiä tutkittaviin ongelma-kohtiin ja tilastollinen merkittävyys jää pienemmäksi. Sen ideana on saada tutkimuskoh- teesta sellaista tietoa, joka auttaa tutkijaa ymmärtämään tutkimuskohteen päätösten ja käyt- täytymisen syitä. Kvalitatiivinen tutkimus sopii hyvin esimerkiksi erilaisten sosiaalisten ongel- mien tutkimiseen, jonkin toiminnan kehittämiseen ja erilaisten vaihtoehtojen etsimiseen. (Heikkilä 2014, 12-15.)

Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii selvittämään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysy- myksiä sekä tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia tai eri asioiden välisiä riippuvuuksia. Tutkimuksen onnistumiseen vaikuttaa olennaisesti riittävän suuri ja edustava otos, joiden vas- taukset voidaan jossain määrin yleistää koko rajatun kohderyhmän vastaukseksi. Yleensä täl- laisen tutkimuksen aineiston keräämisessä käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot, joista valita parhaiten sopiva vastaus. Tutkittavia asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja niitä havainnollistetaan erilaisin taulukoin ja kaa- viokuvin. (Heikkilä 2014, 12-15.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jolla kartoitetaan asia- kastyytyväisyyden tämän hetkistä tilannetta ja mahdollisia kehittämiskohteita. Menetelmää käyttäen loin Millitilit Oy:n omistajan kanssa sähköisen lomakekyselyn, jossa kaikilta kysyttiin samat kysymykset ja halutessaan sai antaa vapaata palautetta. Kyselylomake toteutettiin Sur- veyMonkey-ohjelmalla ja siitä lähetettiin linkki asiakkaiden sähköposteihin. Tällä tavoin pyrit- tiin saamaan kyselyyn vastaaminen mahdollisimman helpoksi ja vaivattomaksi asiakkaille. Tä- män arvioitiin vaikuttavan positiivisesti asiakkaiden aktiivisuuteen vastata kyselyyn.

1.2 Tutkimuksen tavoite

Tavoitteellisen ja menestyshaluisen yrityksen tavoitteena on tehdä hyvää tulosta ja olla kil- pailijoitaan parempi. Liiketoiminta menestyy paremmin, kun asiakkaat ovat tyytyväisiä. Mah- dollisuus pitkään ja vakaampaan menestykseen on helpommin saavutettavissa, kun yritys poh- tii kaikissa toiminnan osa-alueissaan asioita asiakkaiden näkökulmasta. Yhtenä tämän asiakas- tyytyväisyystutkimuksen tavoitteena onkin antaa toimeksiantajayritykselle uusia näkökulmia. Näiden näkökulmien kautta voi syntyä uusia ideoita parempien asiakaskokemusten rakentami- seen ja asiakassuhteiden kehittämiseen. Asiakkaiden odotukset voivat poiketa paljonkin ole- tuksista.

Tämän asiakastytyväisyystutkimuksen tavoitteena on mitata tilitoimiston asiakkaiden tämänhetkinen tyytyväisyyden tila. Sen on tarkoitus myös selvittää mitkä tekijät vaikuttavat asiakastytyväisyyteen ja mitkä puolestaan aiheuttavat tyytymättömyyttä. Näiden asioiden lisäksi tutkimuksen kautta on tarkoitus saada tilasto- ja taustatietoa, jolla voitaisiin kehittää palveluita asiakaslähtöisemmiksi. Asiakaslähtöisemmän liiketoiminnan kehittämisessä on lähtökohdana nostaa esille mahdollisia kehittämiskohteita ja antaa asiakkaille mahdollisuus avoimeen palautteeseen. Kehittämiskohteena voi olla jokin palvelun osa tai asiointiin vaikuttava tekijä. Näitä ovat esimerkiksi yrityksen henkilöstön ammattitaito tai henkilökunnan tavoitettavuus.

Tutkimuksen avulla pyrittiin myös selvittämään Millitilit Oy:n asiakkaiden toiveita tulevaisuutta koskien. Kuinka paljon kiinnostusta sähköinen taloushallinto saisi ja voisimmeko muuttaa joidenkin yritysten kirjanpitoa sähköisesti hoidettaviksi? Kyselyssä oli myös kohta, jonka avulla halusimme tietää ovatko asiakkaat tyytyväisiä tämänhetkiseen palvelun kattavuuteen vai haluaisivatko he kenties ostaa lisäpalveluita tukemaan yrityksensä kirjanpidon sujuvuutta.

Nykyaikaisen yrityksen liiketoiminnassa asiakaslähtöisyys saattaa kuulostaa usein itsestään selvältä asialta ja jokainen yrittäjä varmasti tietää, että tyytyväiset ja maksavat asiakkaat ovat perusehto ja edellytys kannattavalle liiketoiminnalle. Yrityksen arvoissa tai visiossa on usein mainittu jotain asiakkaista ja heidän uskollisuudestaan tai tyytyväisyydestään. Haasteeksi nousee kuitenkin asiakaslähtöisen liiketoiminnan kehittäminen ja kuinka asiakkaista voisi saada entistäkin tyytyväisempiä. Tuotteeseen tai palveluun tyytyväinen asiakas todennäköisesti ostaa kyseistä tuotetta tai palvelua uudestaan ja saattaa jopa suositella sitä eteenpäin. Asiakastytyväisyys ei kuitenkaan aina välttämättä johda asiakkaan suosituksiin tai asiakasuskollisuuteen. (Arantola & Simonen 2009, 2,22.)

2 Yritysesittely

Millitilit Oy on Suvi Tjurinin omistama yritys, joka tarjoaa asiakkailleen taloushallinnon palveluja. Tjurin aloitti liiketoimintansa Tili-Lipponen Ky -yrityksellä, joka vaihtoi nimeään ja yhtiömuotoa uudistusten myötä. Millitilit Oy nimellä tilitoimisto on toiminut kolmen vuoden ajan. Yrityksen toimitilat sijaitsevat Järvenpään ydinkeskustassa, mutta sen kotipaikkakunta on Pornainen. (Tjurin 2016.)

Millitilit Oy:llä on omistajan lisäksi yksi työntekijä, joka työskentelee Järvenpään toimistolla. Tilitoimistolla voi päivittäin käydä asioimassa, mutta enemmän aikaa vaativiin neuvotteluihin kannattaa varata aika etukäteen. Kirjanpitäjät ovat tavoitettavissa parhaiten toimistoaikaan joko puhelimitse tai sähköpostin välityksellä. Kuukauden ajankohdasta riippuen tilitoimistolla

on hiljaisempia ja vilkkaampia aikoja, jotka määräytyvät asiakasyritysten arvonlisäveron ilmoittamisen ajankohdan mukaan. Vuositasolla tarkasteltuna alkuvuoden tilinpäätösaika on työllistävin aika vuodesta.

Asiakaskunta on hyvin monialaista ja asiakasyritykset sijaitsevat ympäri Suomea. Tämän mahdollistaa nykyaikainen digitaalinen taloushallinto. Toimintaa pyritään kehittämään sähköistävän taloushallinnon kautta asiakasystävällisempään ja ekologisempaan suuntaan. Keskeisimpänä asiana toiminnassa kuitenkin on ammattitaitoinen ja joustava palvelu, jota Millitilit Oy haluaa asiakkailleen tarjota. (Tjurin 2016.) Palvelun laadun kehittämiseen onkin nyt otettu ensimmäinen askel, kun asiakastyytyväisyyskyselyn avulla kartoitetaan asiakassuhteiden tilannetta ja asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelujen toimivuuteen. Kehityssuunnitelmassa on tarkoitus ottaa huomioon kyselystä saadut tilastot ja vertailla niitä tilitoimiston arkeen ja sen palvelukäytäntöihin. Tehokkuus ja asiakaspalveluhenkisyys halutaan ammattitaidon ohella pitää korkeassa arvossa. Kehityssuunnitelma tehdään asiakkaiden näkökulmasta huomioituna, jotta siihen saadaan asiakaslähtöistä otetta.

3 Taloushallinto

Taloushallinto keskittyy pääasiassa yrityksen talouden hallintaan kirjanpidon ja tilinpäätöksen osalta, jotka ovat lakisääteisesti määriteltyjä. Taloushallintoa on kuvattu eräänlaisena järjestelmänä, jonka avulla yritys voi seurata taloudellisia tapahtumiaan, tehdä suunnitelmia jatkosta ja tarvittaessa raportoida tietojen avulla omille sidosryhmilleen. Rahaan liittyvien toimintojen lisäksi taloushallinnon osa-alueet tuottavat tietoa yrityksen toiminnan ohjaukseen ja luovat selkeät raamit yrityksen taloustilanteelle. Viimeisen vuosikymmenen aikana taloushallinnon palvelut ovat muuttuneet yhä enemmän tietotekniikalla hoidettaviksi sähköisiksi palveluiksi. (Lahti & Salminen 2008, 13-15.)

Taloushallinnon palvelut voidaan jakaa kahteen osaan. Sidosryhmille tuotettava informaatio yrityksen taloudesta on ulkoista eli yleistä laskentatoimea, ja yrityksen sisällä kulkeva informaatio kuuluu sisäiseen eli johdon laskentatoimeen. Ulkoisia sidosryhmiä ovat muun muassa viranomaiset, asiakkaat ja yhteistyökumppanit. Sisäistä tietoa puolestaan käsittelee lähinnä yrityksen omistaja ja johtotehtäviin kuuluvat henkilöt, jotka kehittävät liiketoimintaa edelleen. (Lahti & Salminen 2008, 14.)

3.1 Suomen Taloushallintoliitto ry

Suomen Taloushallintoliitto ry (TAL) on taloushallintopalveluja tarjoavien auktorisoitujen yritysten valtakunnallinen toimialajärjestö, jolla on päämääränä kehittää tilitoimistoalaa ja toimialastandardia yhdessä jäsenten kanssa. Taloushallintoliitolla on yhteensä noin 800 jäsenyritystä, jotka puolestaan huolehtivat lähes 141 000 pienen ja keskisuuren yrityksen taloushallinnon hoitamisesta. Liiton jäsenen tunnistaa auktorisointileimasta, joka on asiakkaalle merkki yrityksen asiantuntemuksesta. (Taloushallintoliitto 2015a.)

Auktorisointileiman voi saada taloushallinnon palveluja tarjoava yritys, jota seurataan vähintään kaksi vuotta. Yrityksen täytyy myös täyttää erilaisia vaatimuksia, jotka koskevat yrityksen toimintaa sekä työntekijöiden ammattitaitoa. Auktorisointi voidaan myöntää yritykselle, joka täyttää seuraavat kriteerit: on riippumaton, vakavarainen, henkilöstöllä on riittävästi kokemusta ja ammattitaitoa sekä yrityksellä voimassa oleva toiminnan vastuuvakuutus. Näiden lisäksi tilitoimiston vastuuhenkilöllä on oltava KLT-asiantuntijatutkinto. (Taloushallintoliitto 2015b.) Millitilit Oy voisi liittyä taloushallintoliiton jäseneksi, jos yrityksen omistaja kävisi KLT-tutkinnon. Muiden kriteerien osalta auktorisointileiman vaatimukset täyttyvät.

Tärkeimpiä tehtäviä taloushallintoliitolla ovat tilitoimistoalan ja toimialastandardin kehittäminen. Taloushallintoliiton luoma toimialastandardi TAL-STA on ollut käytössä jo yli 30 vuotta ja sen tarkoituksena on olla pohjana laadulle ja yhteisille pelisäännöille, joita tilitoimistoissa noudatetaan. Tämä toimialastandardi on kuitenkin laadittu niin väljästi, että sen suosituksia ja ohjeita voidaan tulkita yrityksissä eri tavoin. Standardissa on huomioitu kokoajan sähköistyvät toimintatavat, jatkuvasti kehittyvä lainsäädäntö ja monipuolistuvat markkinat. (Taloushallintoliitto 2015c.)

Taloushallintoliitto kouluttaa jäseniään säännöllisin väliajoin. Kehittämistehtävien ja kouluttamisen lisäksi liiton tehtäviin kuuluu myös toimialan uutisista ja alaa koskevista tutkimuksista tiedottaminen jäsenille. Se valvoo alan etuja useissa kehityshankkeissa kansallisella tasolla ja Euroopassa. Tilisanomat ovat taloushallintoliiton oma ammattilehti, jossa kirjoitetaan asiantuntijoiden kolumneja sekä artikkeleita ajankohtaisista asioista. (Taloushallintoliitto 2015d.) Taloushallintoliiton jäsenenä tilitoimistolla olisi mahdollisuus päästä näihin koulutuksiin ja kehittämistehtäviin mukaan, jolloin yritys olisi entistäkin paremmin ajantasalla alan uusimmista käänteistä.

3.2 Digitaalinen taloushallinto

Digitaalinen eli sähköinen taloushallinto ymmärretään monesti eri tavoilla riippuen mistä näkökulmasta asiaa tarkastellaan. Yleisesti sen oletetaan tarkoittavan vain verkkolaskutusta tai

laskujen sähköistä käsittelyä vaikka siihen kuuluu paljon muutakin. Nykyaikaiset kirjanpito-ohjelmat ovat automatisoituja ja sähköisesti voidaan hoitaa myös palkanlaskentaa sekä matka- ja kululaskujen käsittelyä. Sähköisen kirjanpidon ansiosta voidaan yrityksen johdolle antaa reaaliaikaista tietoa missä ja milloin vain. Digitaalisella taloushallinnolla tarkoitetaan kaikkien tulevien sekä lähtevien tietojen ja käsittelyvaiheiden automatisointia sekä käsittelyä digitaalisessa muodossa. (Lahti & Salminen 2008, 9,19; Kiikkinen 2016.)

Taloushallinnon käytännöt muuttuvat yhteiskunnan mukana ja niihin vaikuttavat monet tekijät. Viime vuosina vahvimmin on vaikuttanut tietotekniikan kehitys, joka on muuttanut taloushallinnon lähes kokonaan sähköisesti käsiteltäväksi. Eniten muutokset näkyvät tilitoimistojen arjessa, mutta myös erilaisissa ohjeistuksissa ja säädöksissä. Toimintaan ovat vaikuttaneet myös kansainvälistyminen niin yritysten toiminnassa kuin yhteiskunnassa. (Granlund & Malmi 2004, 13.)

Tilitoimistojen tilat ovat usein rajalliset ja siksi sähköistyvä taloushallinto onkin tuonut helpotusta monen toimiston arkeen. Varsinkin suurien yritysten kirjanpitoon tulee kuukausittain useita satoja tositteita, joihin lasketaan esimerkiksi osto- ja myyntilaskut sekä kuitit. Näiden tositteiden säilyttämiseen vaaditaan vuoden aikana useita hyllyjä tilaa mapeille, joihin kaikki aineisto kerätään. Tällaisen yrityksen kirjanpidon muuttuessa sähköiseen muotoon myös aineiston säilyvyys voidaan taata paremmin. Kaikki aineisto on kirjanpidon ohjelman arkistossa ja lisäksi se on mahdollista tallentaa cd-levyille, jotka vievät kirjahyllyssä huomattavasti vähemmän tilaa.

Verohallinnon (2016) mukaan yrityksen tilinpäätös, toimintakertomus, kirjanpidot, tililuettelo sekä luettelo kirjanpidoista ja aineistoista on säilytettävä vähintään 10 vuotta siitä eteenpäin, kun yrityksen tilikausi on päättynyt. Tositteet tilikaudelta sekä erilaisia liiketapahtumia koskeva kirjeenvaihto ja muut mahdolliset liiketapahtumia varmentavat kirjanpitoaineistot on säilytettävä vähintään kuuden vuoden ajan sen vuoden lopusta lukien, kun yrityksen tilikausi on päättynyt. Näistä vuosittain tärkeimmistä asiakirjoista on hyvä olla useammat kopiot tallessa, niin sähköisessä muodossa kuin myös paperisina versioina.

Vaatimuksia on viime vuosina kiristetty etenkin talousraportoinnin osalta. Yhä useammin taloustiedon tavoitellaan olevan digitaalista ja asiakaslähtöistä. Yritysten johto puolestaan on entistäkin kiinnostuneempi tilitoimiston tarjoamista reaaliaikaisista palveluista, joiden avulla erilaiset arkistoitavat asiakirjat siirtyvät nopeasti paikasta toiseen. Suuri osa viranomaisraportoinnistakin hoidetaan nykyään sähköisiä kanavia pitkin. Tilitoimistoissa on huomattu, että asiakasta hyödyttävää lisäarvoa tuo erilaiset konsultointi- ja neuvontapalvelut, joita tarjotaan päätöksenteon ja ohjauksen tueksi. Näihin roolien muutoksiin liittyy vahvasti myös kustannustehokkuus, joka kiristää kilpailua markkinoilla. (Granlund & Malmi 2004, 14-16.)

Finanssialan keskusliitto ja Elinkeinoelämän keskusliitto ovat arvioineet, että jo noin 70 prosentilla yrityksistä on käytössä verkkolaskutus. Vaihto sähköiseen laskutukseen on ollut suosittua etenkin isommissa yrityksissä, joissa monessa ei enää käsitellä paperisia laskuja käytännössä ollenkaan. Kokoajan suosiotaan kasvattavat myös sähköinen laskujen hyväksyminen maksuun sekä tiliotteiden ja viitesirtojen sähköinen luku. Kehityksen tuloksena tämä prosessi tulee saumattomaksi ja laskut tallentuvat arkistoihin valmiiksi käsiteltyinä, jolloin niitä on helppoa selailla ja hakea. (Siivola 2016.)

3.3 Asiakslähtöisyys taloushallintoalalla

Liiketoimintamalli, jonka toimintalogiikka on johdettu markkinoista ja asiakkaista on lähtökohta asiakslähtöiselle liiketoiminnalle. Tällöin toiminta perustuu asiakkaan tarpeiden täyttämiseen. Asiakslähtöinen liiketoimintatapa on logiikaltaan hyvin selkeä ja siinä pyritään kannattavampaan liiketoimintaan tyydyttämällä asiakkaiden tarpeita. Liiketoiminnan tavoitteena on saada asiakkaista uskollisia yritykselle, sen tuotteille ja palveluille. He eivät seuraa pelkästään halpoja hintoja, vaan haluavat hyvää palvelua ja laadukkaita tuotteita. Uskollisuus ei kuitenkaan ole pelkästään toistuvia ostokertoja, vaan uskolliset asiakkaat kertovat positiivisia suosituksia muille ja täten osallistuvat organisaation kehittämiseen. (Harvard Business Review 2011, 43.)

Palveluja tarjoavat yritykset eivät kuitenkaan automaattisesti ole asiakslähtöisiä, vaan asiakkaan kokema arvo ja sen syntyminen täytyy ymmärtää ja sisäistää osaksi palvelujen ominaisuuksia. Näiden ominaisuuksien tuottama hyöty ja niiden vaikutukset asiakkaan omiin tavoitteisiin muodostavat arvoa. Useimmiten eniten arvoa syntyy silloin, kun palveluntuottaja ja asiakas tekevät yhteistyötä. Asiakkaan osallistuessa arvon tuottamiseen hän pystyy samalla arvioimaan laatua ja sen arvoa. Tärkeintä arvon syntymisessä asiakkaalle on ymmärtää asiakkaan toimintaa ja tarjotun palvelun merkitystä yrityksen toiminnassa. (Arantola & Simonen 2009, 2-3.)

Organisaation uskomus, informaation tuottaminen ja jakaminen sekä asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen ovat kolme osa-aluetta, joiden määrittäminen kuuluvan asiakslähtöiseen liiketoimintaan. Toiminnan lähtötilanteessa organisaation on sitouduttava ja uskottava, että asiakkaiden tarpeisiin perehtymisellä ja toiveiden tyydyttämisellä on positiivisia vaikutuksia organisaation kannattavuuteen. Nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden tarpeita on kartoitettava ja saatu tieto täytyy jakaa koko organisaatiolle. (Harvard Business Review 2011, 43-45.) Asiakslähtöisyys käsitteenä on hyvin laaja ja siksi se rinnastetaankin usein asiakaskeskeisyyteen. Asiakaskeskeisessä toiminnassa asiakas on ennemminkin toiminnan kohteena kun taas asiaksläh-

töisessä toiminnassa asiakkaan kanssa tehdään yhteistyötä ja toiminta alkaa asiakkaan lähtökohdista. Näissä molemmissa toimintatavoissa pyritään kuitenkin siihen, että tuote tai palvelu vastaisivat mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita. (Kokko 2003, 27.)

Palvelutoiminnassa asiakaslähtöisyyden tulisi näkyä myös asiakaspalveluun panostamisessa. Asiakkaiden on tärkeää tuntea, että heidän toiveitaan kuunnellaan ja heidän tarpeistaan ollaan kiinnostuneita eikä organisaation toiminta ole pelkkää suorittamista. Taloushallintoalalla suurin osa palveluista on tarkasti säänneltyjä eikä niihin voi vaikuttaa, joten itse palvelulla on haastavaa erottua muista tilitoimistoista. Tällöin on otettava huomioon mitä kaikkia lisä- ja tukipalveluja organisaatio pystyisi tarjoamaan asiakkailleen. Asiakaspalvelu ja ammattitaito ovat usein ratkaisevia tekijöitä kun tarkastellaan kirjanpidon ja palkanlaskennan lisäksi tilitoimistossa tarjottavia asiantuntijapalveluita. (Aarnikoivu 2005, 31.)

Konsultaatio- ja neuvontapalvelut ovat ensiarvoisen tärkeitä yrityksen perustamisvaiheessa oleville asiakkaille, mutta myös yhtiömuodon muuttamiseen ja verotukseen liittyvissä asioissa neuvonta on yleistä. Tilitoimiston pystyessä palvelemaan hieman erikoisemmissa tilanteissa kokee asiakas lisäarvoa. Tutkimusten mukaan erilaisia neuvonta- ja konsultointipalveluita antavilla tilitoimistoilla on usein tyytyväisimmät ja uskollisimmat asiakkaat. (Ahvenniemi 2006.) Asiakaslähtöisyyttä voi tarkastella kannattavuuslaskelmien, asiakaspalautteen ja erilaisten mittareiden avulla. Aktiivisesti kerättävä asiakaspalaute ja sen käsittely viestivät asiakkaille yrityksen halusta kehittää toimintaansa asiakkaita paremmin palveleviksi. Kuunnelluksi ja ymmärretyksi tuleminen ovatkin asioita, jotka antavat asiakkaalle tunteen arvostuksesta ja siitä, että heitä kuunnellaan. (Aarnikoivu 2005, 31.)

Asiakaslähtöisessä liiketoiminnassa tyypillisimmin virheitä syntyy, kun keskitytään vain tiettyjen asiakkaiden tarpeisiin ja niiden täyttämiseen. Pienen asiakasryhmän kuunteleminen ja heidän pyyntöjensä toteuttaminen ei tuota kuvaa markkinoiden kokonaiskehityksestä vaan antaa asiakkaiden tarpeista liian suppean näkemyksen. Yrityksen olisi tuotettava monipuolisempaa tietoa markkinoista ja asiakkaista, jos se pyrkii kehittämään liiketoimintaansa asiakaslähtöisemmäksi. (Ylikoski 2000, 40.)

4 Tilitoimiston palvelut

Taloushallintoalan palvelut voidaan jakaa kirjanpitoon ja tilinpäätöspalveluihin, tilintarkastuspalveluihin sekä muihin laskentatoimen palveluihin. Muihin palveluihin voidaan laskea esimerkiksi tulo- ja varallisuusveroilmoitusten laatiminen ja verotusneuvonta. Tilintarkastuspalveluita hoitavat tilintarkastustoimistot ja kirjanpidollisia palveluita puolestaan pääsääntöi-

sesti tilitoimistot. Tilitoimistojen tekemän vuosittaisen kirjapidon, tilinpäätöksen ja hallinnollisten asioiden tarkistaminen kuuluu tilintarkastustoimistoille, jossa niihin laaditaan lainsäädännön mukaisesti tilintarkastuskertomus. (Suomen tilintarkastajat 2015.)

Kirjanpito on Suomen lainsäädännössä määritelty pakolliseksi kaikille liike- tai ammattitoimintaa harjoittaville yrityksille riippumatta siitä missä yritys toimii tai miten se toteuttaa toimintaansa. Tilitoimistoja Suomessa toimii yli 4 000, joista suurin osa työllistää yhden tai kaksi henkilöä. Näiden lisäksi on muutama suurempi ketju, joissa enimmillään on töissä noin 50 henkilöä. (Taloushallintoliitto 2015e.)

Perinteisesti tilitoimiston palveluihin kuuluvat juoksevan kirjanpidon ja tilinpäätöksen laadinta, tulosten raportointi, palkkojen ja arvonlisäverojen laskeminen, osto- ja myyntireskonttien ylläpitäminen sekä tarvittavien ilmoitusten lähettäminen sidosryhmille. Jotkin tilitoimistot tarjoavat vaihtelevasti näiden lisäksi myös muita palveluja kuten rahoitussuunnittelua, budjetointia sekä investointilaskelmia. (Taloushallintoliitto 2015e.)

Millitilit Oy käyttää taloushallinnossa ohjelmistona Visma Oy:n Fivaldia. Osa asiakkaista on halunnut ostaa ohjelmaan omat käyttäjätunnukset, joiden avulla he pystyvät seuraamaan yrityksensä taloutta ja osallistumaan esimerkiksi ostolaskujen kierrätykseen tai tilausten käsittelyyn. Tilitoimiston puolesta kaikille kuukausittaisen kirjanpidon tilaaville asiakkaille lähetetään kirjanpidon raportit sähköpostitse, joten käyttäjätunnusten osto on lähinnä lisäpalvelu. Yritystoiminnan taloushallinnon hoitamisen kannalta olisi toimivinta, jos kaikki taloudelliset osa-alueet hoidettaisiin saman ohjelman kautta, joten tunnusten osto on hyvin suositeltavaa. Fivaldi-ohjelmistoa käyttäen voidaan hoitaa kirjanpidon ja tilinpäätöspalveluiden lisäksi esimerkiksi osto- ja myyntireskontraa, tilausten käsittelyä, palkanlaskentaa, arkistointia ja veroilmoitusten lähetykset. (Millitilit 2017.)

Kirjanpito hoidetaan tyypillisesti toteutuneiden tapahtumien kirjaamisella. Jos yrityksen taloushallinto ei ole digitaalisesti hoidettu se ei ole myöskään reaaliajassa. Kirjanpitäjä saattaa joissakin tapauksissa saada kirjanpitoaineiston käsiteltäväksi jopa kaksi kuukautta tapahtuman toteutumisen jälkeen, useimmiten kuitenkin kuukauden kuluessa. Kun kirjanpito ei ole reaaliaikaista, tulee asiakasyrityksen talouden ohjauksesta haastavampaa. Tähän työhön tarvitaan vahvaa taloushallinnon osaamista ja aiempaa kokemusta konsultoinnista. (Leppiniemi 2006, 16.)

Asiakasyritysten konsultointia ja neuvontaa antavan henkilön on oltava tietoinen taloushallintoalaa ohjaavista laista ja asetuksista. Näitä ovat esimerkiksi kirjanpitolaki ja -asetus, elinkeino- ja tuloverolaki sekä arvonlisäverolaki. Lisäksi henkilön on tunnettava erilaisia säädöksiä

kuten Kirjanpitolautakunnan yleisohjeita ja lausuntoja sekä tietenkin verohallituksen ohjeistukset. (Leppiniemi 2006, 16.) Taloushallintoala kehittyy kokoajan ja säädöksiä sekä lakeja hienosäädetään vuosittain. Tämä edellyttää, että tilitoimiston työntekijät kouluttautuvat jatkuvasti ja ylläpitävät oman osaamisensa ajan tasalla.

5 Palvelun laadun johtaminen ja kehittäminen

Yrityksen johtajan vastuulla on tavoitteiden asettaminen ja niiden toteuttamisesta huolehtiminen. Tämä korostuu etenkin pienikokoisissa yrityksissä, joissa omistajan lisäksi työntekijöitä on yksi tai kaksi. Johtaja on tilitoimiston liiketoiminnan liikkeelle paneva voima ja sen valvoja. Parhaita tuloksia saavutetaan, kun motivaatio työntekoon on hyvällä tasolla ja työskentely luo positiivisia tunteita. Liiketoiminnan suunnittelu, budjetointi ja visio antavat suuntaa, joita kohti on helpompi edetä. Hyvän suunnitelman pohjalta työ on puoliksi tehty. Hyvä, motivoiva ja jämäkkä johtaja on yrityksen toiminnan punainen lanka, joka ohjaa koko yrityksen toimintaa oikeaan suuntaan.

Palveluiden ja palvelun laadun kehittäminen kiitettävälle tai jopa erinomaiselle tasolle on haastavaa ja vaatii paljon työtä. Yrityksen palveluiden laadun parantumiseen vaikuttavat monet tekijät. Tärkeintä on edetä liiketoiminnassa kohti yhteistä päämäärää, jotta tavoitteita ja visioita voidaan toteuttaa. Laadunparannusprosessi voi olla esimerkiksi jokin investointi toimintaa helpottavaan laitteeseen, koulutusohjelma tai uusi palkkiojärjestelmä henkilöstölle. Laadun kehittämistä ei kuitenkaan tulisi pitää vain yksittäisenä kampanjana vaan sen tulisi olla prosessi, joka vähitellen sulautuu osaksi yrityksen toimintaa. Tämän toteutuessa jokaiselta yrityksessä työskentelevältä henkilöltä vaaditaan laadun merkityksen arvostamista sekä sen parantamiskeinojen ymmärtämistä. (Grönroos 2009, 140-142.)

Laadunparannusprosessit vaativat jatkuvasti huomiota johdolta. Asiakkaiden odotusten ja kokemusten kohdatessa laatu koetaan hyväksi. Tämä kertoo sen kuinka hyvää laadun tulee olla, jotta asiakastytyväisyys pysyy korkealla. Jos palvelun laatu ei ylitä asiakkaan odotuksia, asiakas ei välttämättä pidä asiakassuhdetta vaalimisen arvoisena. Asiakkaan odotukset ylittävästä palvelusta usein kerrotaan positiivisesti eteenpäin ja se muistetaan seuraavan asiointikerran tullessa ajankohtaiseksi. Asiakkaan yllättämisen ei tarvitse olla kuin pieni positiivinen ele, joka ei maksa mitään, mutta jättää asiakkaalle hyvän mielikuvan. Pienin elein tapahtuvat parannukset eivät lisää asiakkaan odotuksia, jolloin laadun kehittäminen voidaan tehdä pitkäjänteisesti ja asiakastytyväisyys säilyttäen. Asiakkaan odotusten noustessa on palvelun laadun kehittäminen entistä haastavampaa yritykselle. (Grönroos 2009, 140-142.)

6 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys ja asiakasymmärrys ovat hyvin keskeisiä asioita yrityksen palvelun kehittämiseksi. Yritys saa tärkeää tietoa palvelujensa parantamiseen asiakkaitaan kuuntelemalla. Asiakaspalautetta keräämällä yritys pysyy ajan tasalla asiakkaidensa tyytyväisyyden tasosta ja voi tarvittaessa puuttua nopeastikin esiin nouseviin epäkohtiin. Palautetta voi kerätä monella tavalla, mutta kannattavaa on suunnitella palautteen antaminen mahdollisimman helpoksi asiakkaille. Asiakkaille kannattaa ilmoittaa, jos asiakaspalautteen ansiosta tapahtuu jotain muutoksia yrityksen palveluun, jolloin palautetta antaneet asiakkaat kertovat mielipiteensä mielellään myös jatkossa. (Jokinen, Heinämaa & Heikkonen 2000, 285, 287.)

Asiakkaan kokema arvo määreytyy sen mukaan, kuinka merkitykselliseksi hän itsensä kokee koko prosessia tarkasteltaessa. Asiakslähtöinen asiakastyytyväisyystutkimus kannattaa laatia sellaiseksi, että sen tuotoksena yrityksellä on valmiuksia toimintansa kehittämiseen ja asiakas huomaa olleensa osa projektia. Hän kokee mielipiteensä olleen arvokasta tietoa uutta kehityssuuntaa luotaessa. Kehityssuunnitelman mukaisiin kehitystoimenpiteisiin kannattaa ryhtyä nopeasti, jotta asiakassuhteet vahvistuvat. (Jyväskylän yliopisto 2010.) Asiakkaat huomaavat muutoksia herkästi ja positiivisten kehitysten aiheuttamat muutokset tuovat asiakkaalle mielihyvän tunteen siitä, että hänen mielipiteitään on kuunneltu kehityssuunnitelmaa tehtäessä.

6.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Parhaan mahdollisen asiakastyytyväisyyden saavuttamiseksi on palvelun laatua tarkasteltava asiakkaan näkökulmasta. Yrityksen tarjoama palvelu on laadukasta, kun se vastaa asiakkaan tarpeisiin ja joissain tapauksissa jopa ylittää sen. Tämän vuoksi yrityksen onkin tärkeää ymmärtää, mitkä kaikki asiat vaikuttavat asiakkaan kokemaan palveluun ja kuinka laatuoke-musta voisi kehittää, jotta asiakas kokisi sen vieläkin positiivisempänä. (Lämsä & Uusitalo 2005, 50.)

Asiakastyytyväisyys tulee siitä, kun asiakas saa asioinnistaan positiivisen tunnereaktion. Tyytyväisyys luonnollisesti laskee, jos hän kokee olleensa tyytymätön saamaansa palveluun ja kokemus jää negatiivisena mieleen. Tyytyväisyyttä ja laatua pidetään usein samankaltaisina arvoina, mutta niillä on kuitenkin erilaiset taustat. Tässä prosessissa laatu koetaan yhtenä tekijänä asiakastyytyväisyyden muotoutuessa ja tyytyväisyys itsessään on laajempi käsite, johon vaikuttavat monet asiat. (Ylikoski 2000, 102-105.) Tunnereaktiot vaikuttavat asiakkaan kokemaan arvoon, johon on viitattu myös alla olevassa prosessia kuvaavassa kehässä. Palvelukokemuksen muodostumisprosessi voi yksinkertaisimmillaan olla kuvion 1 mukainen. Useimmiten asiakkaan kokemiin arvoihin löytyy kuitenkin myös muita tekijöitä.



Kuvio 1: Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Ylikoski 2000, 154.)

Asiakkaan kokeman laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä on havaittu olevan yhteyksiä. Asiakkaan tyytyväisyys ei synny pelkästään hyvän palvelun perusteella, vaan siihen vaikuttavat myös monet muut asiat. Näitä ovat esimerkiksi palvelun hinta, erilaiset tilannetekijät, asiakkaan mielentila asiointihetkellä ja aikaisemmat kokemukset vastaavista toiminnoista. On kuitenkin tutkimusten mukaan todettu, että palvelun laadun ollessa korkea myös asiakastyytyväisyys nousee. (Lämsä & Uusitalo 2005, 62.) Palvelukokemuksen muodostumisesta kertoo hyvin myös kuvio 1, josta voidaan huomata asiakkaan kokeman arvon, palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden kiertävän kehää.

6.2 Henkilöstön vaikutus asiakastyytyväisyyteen

Palveluyrityksessä tärkein resurssi ovat työntekijät. Yritys menestyy hyvin pitkälti osaavan, motivoituneen ja hyvään palveluun sitoutuneen henkilökunnan ansiosta. Jos työntekijöitä kohdellaan vain kustannuseränä, josta voi tarpeen tullen luopua nopeasti, näkyvät seuraukset yrityksen henkisen pääoman laskuna. Suurin osa yrityksen henkisestä pääomasta koostuu sen henkilökunnasta ja yhteistyökumppaneista. Henkinen pääoma voidaan myös jakaa yksilölliseen ja rakenteelliseen pääomaan. Näistä yksilöllinen pääoma koostuu työntekijöistä, asiakkaista sekä osaamisesta ja rakenteellinen pääoma on osa yrityskulttuuria. Suurin osa henkisestä pääomasta on tietotaitoa ja sen vuoksi yritykselle onkin elintärkeää säilyttää taitavat ja motivoituneet työntekijät. Osaavat ja vaativat asiakkaat ovat myös yritykselle tärkeitä resursseja, koska heidän ansiostaan kehitetään uusia palvelukonsepteja. (Grönroos 2009, 30-32.)

Yrityksen tärkeimmillä strategisilla alueilla on vaikutuksia sen asiakkaisiin. Tällaiset alueet liittyvät usein johtamiskulttuuriin ja arvoihin ja sitä kautta yrityksen työilmapiiriin, työntekijöiden motivointiin ja prosessien toimivuuteen. Haasteena työntekijöiden sitouttamisessa yrityksen toimintamalleihin ja itse yritykseen on ihmisten erilaiset tavat ajatella yrityksen yhteisistä asioista. Myös toimintamallien ymmärtäminen on tärkeää, jotta työntekijät tietävät miksi heidän tulee toimia tietyllä tavalla. Työntekijöille tulisi antaa tarpeeksi palautetta tehdystä työstä, jotta he motivoituisivat paremmin. (Selin & Selin 2013, 96-99.)

Työntekijät motivoituvat kahdella tavalla. Ulkoisesti motivoituneet ihannoivat mainetta, tunnustuksia ja palkkioita. Sisäisesti motivoituneet puolestaan ovat luovia ja heillä on intohimo työnsä tekemiseen. Molemmilla tavoilla motivoituneet työntekijät palvelevat asiakkaita hyvin, mutta sisäisesti motivoituneet työntekijät jaksavat työssään pidempään ja heidän on helpompaa ylläpitää motivaatiota. Sisäisesti motivoitunut asiakaspalvelija on luonnollisella tavalla energinen, innostunut ja keskittynyt. Hänen positiivinen asenteensa saattaa tarttua asiakkaaseen ja saada samalla aikaan hyvin positiivisen asiakaskokemuksen. (Toikka 2012.) Omaan motivaatioonsa voi jokainen työntekijä vaikuttaa. Itsensä kannustaminen ja kehuminen onnistumisten jälkeen luovat halua onnistua ja kohdata seuraavia haasteita. Omaan osaamista parantamalla sekä omaa jaksamista kuuntelemalla voi opetella sisäisen motivaation omaksumista.

Koko työyhteisön hyvinvointi, työntekijöiden työmotivaatio sekä sen ylläpito muodostuvat työntekijöiden ja hyvän esimiestoiminnan vuorovaikutuksesta. Työntekijällä on oltava hyvä motivaatio työhönsä ja esimiehellä motivaatiota kannustaa häntä, jolloin seurauksena työhyvinvointi ja yrityksen tuottavuus pysyvät yllä ja kehittyvät edelleen. Työhyvinvointi vaikuttaa olennaisesti työilmapiiriin, jonka asiakkaat huomaavat herkästi asioidessaan yrityksessä.

Palkitseminen ja palaute ovat esimiehen toiminnassa tehokkaita tekijöitä. Palkitsemisessa kolme kulmakiveä ovat oikeudenmukaisuus, läpinäkyvyys ja vaikuttavuus. Oikeudenmukaisuus on palkitsemisen perustekijä, joka kasvattaa luottamuspääomaa. Läpinäkyvyydellä tarkoitetaan julkisuutta ja avointa palautetta. Työntekijän saadessa positiivista palautetta ja kannustusta julkisesti, nousee sen vaikuttavuuden arvo työntekijän kannalta usein korkeammalle kuin salassa pidettävän palautteen. Palkitsemisen päämääränä on sen vaikutus menestykseen. Oikeudenmukaisuus ja läpinäkyvyys ovat edellytyksiä palkitsemisen vaikuttavuudelle. Työntekijän palkitseminen vaikuttaa henkilön toimintaan, arvoihin ja ajattelutapoihin. Esimerkiksi palkitsemalla työntekijä asiakkaita huomioivasta toiminnasta saadaan hänet usein lisäämään asiakaslähtöisyyttä entisestään. (Pitkänen 2010, 137-141.)

Tyytyväisten työntekijöiden työteho on usein korkeampaa kuin tyytymättömien. Tämän ansiosta palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys nousevat ja yrityksen tuottavuus paranevat. Palveluyrityksen tuottavuutta ei voi mitata samoilla mittareilla kuin tavaran tuotantoa. Myöskään työn tehokkuutta ei voida samoilla määritelmillä mitata, koska vuorovaikutus asiakkaiden kanssa on suuri osa työtä. Palveluyritys ei pysty parantamaan tuottavuuttaan asiakkaiden huomaamatta, koska monet muutokset heijastuvat helposti palvelun laatuun. Asiakkaat huomavat positiiviset muutokset palvelun laadussa yhtä helposti kuin negatiiviset. (Grönroos & Järvinen 2001, 56-57.)

6.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakkaiden tyytyväisyyttä seuraamalla parannetaan yrityksen mahdollisuuksia säilyttää asiakassuhteita ja kehittää niitä edelleen. Asiakkaiden säilyttäminen on todennäköisempää, jos asiakkaiden tarpeisiin ja tyytyväisyyden tasoon reagoidaan ajoissa. Usein menetetty asiakas on yritykselle suuri tappio, koska uusien asiakkaiden hankintaan käytetyt varat ovat suurempia kuin nykyisten asiakkaiden säilyttämiseen käytetyt varat. (Rope & Pöllänen 1998, 58-59.) Asiakkaiden näkökulmasta yrityksen asiakasymmärrys ja heidän kuuntelemisensa tuo lisäarvoa, joka pidemmällä aikavälillä vähentää asiakkaiden vaihtuvuutta ja tuo yrityksen liiketoimintaan vakautta.

Asiakkaiden tyytyväisyyttä tulisi mitata säännöllisin väliajoin, jotta yritys pystyisi kehittämään toimintaansa ja palvelujaan laajana kokonaisuutena pidemmällä aikavälillä. Erityisen tärkeää kyselyn uusiminen on silloin, kun yrityksen toiminnassa on tehty merkittäviä muutoksia asiakkaiden kannalta. Asiakkaiden tullessa tällaisessa tilanteessa kuulluiksi ja ymmärretyiksi heidän luottamuksensa yritystä kohtaan kasvaa. Usein tyytyväiset ja uskolliset asiakkaat positiivisen kokemuksen jälkeen kertovat yrityksestä ja sen positiivisesta palvelusta lähipiirilleen ja suosittelevat heitäkin kokeilemaan. Jolloin yritys saa ilmaista markkinointia, jonka on koettu olevan myös erittäin tehokasta asiakashankintaa yritykselle. (Lahtinen & Isoviita 2000, 65.)

7 Asiakastyytyväisyyskysely

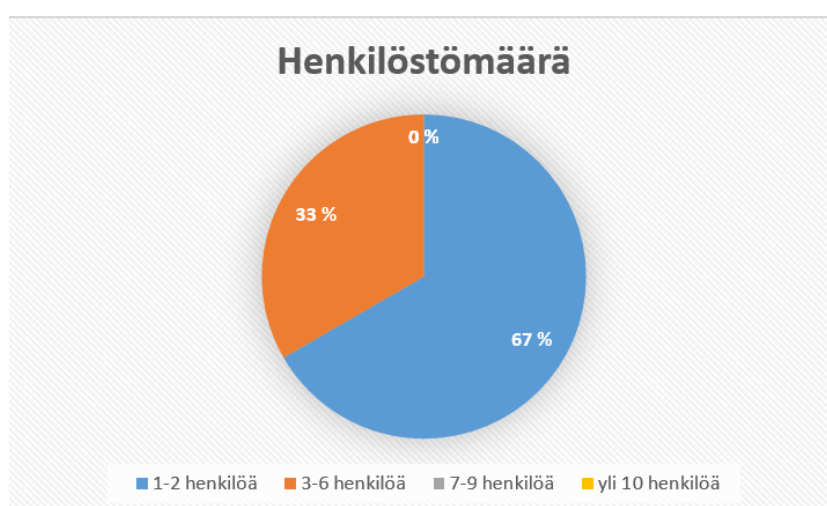
Asiakastyytyväisyystutkimuksen perusjoukoksi muodostui Millitilit Oy:n asiakasyritykset. Kyselyn laadinta pyrittiin toteuttamaan mahdollisimman hyvin tilitoimiston tarpeita vastaavaksi. Kysely lähetettiin vuoden 2016 joulukuussa 60 asiakasyritykselle ja vastauksia saatiin 21 kappaletta. Asiakastyytyväisyyskyselyn vastausprosentti oli 35 %, jonka perusteella voidaan tehdä päätelmiä asiakkaiden tyytyväisyydestä tilitoimiston palveluihin. Vastauksia ei voi kuitenkaan yleistää koko asiakaskunnan mielipiteeksi. Vastausaikaa kyselyssä oli vähän yli kaksi viikkoa, mutta reilusti eniten vastauksia saatiin heti ensimmäisten päivien aikana. Sähköisesti tehtävä

kysely on asiakkaille helppo ja nopea tehdä, mutta sen vastaukset antavat tilitoimistolle paljon tärkeää tietoa palveluiden laadun kehittämistä varten. Tutkimuksen vastaukset kerättiin anonymisti ja tulokset tulevat vain Millitilit Oy:n käyttöön.

Kysely jaettiin eri osioihin, joista neljä ensimmäistä keräävät tietoa asiakasyrityksestä ja asiakassuhteesta tilitoimiston kanssa. Näitä seuraavissa kysymyksissä pyrittiin ottamaan selville mitä tilitoimiston palveluita asiakasyritykset käyttävät ja kuinka he arvioisivat tilitoimiston toimintatapoja sekä palveluiden toimivuutta. Taloushallinnon sähköisistä palveluista tehtiin oma kysymys, jotta voitaisiin selvittää uusien palvelujen kiinnostavuutta. Lopuksi asiakas sai arvioida tilitoimistoa kokonaisuutena ja miettiä suosittelisiko tilitoimistoa muille yrityksille.

7.1 Asiakasyrityksen koko ja yritysmuoto

Asiakastyytyväisyyskyselyssä on tärkeää saada vastauksista monipuolisesti tietoa vastaajasta ja hänen kokemuksistaan. Ensimmäisenä kyselyn avulla selvitetään asiakasyrityksen henkilöstön koko. Tähän lukuun lasketaan mukaan yrityksen omistaja sekä yrityksen työntekijät. Henkilöstön määrää on kuvattu alla olevalla ympyrädiagrammilla, johon on liitetty eri henkilöstön määrät prosenttiosuuksin. Kysely lähetettiin asiakasyrityksen yhteyshenkilölle, mutta jos yrityksessä on useampia omistajia, sai kyselyyn vastata jokainen omistaja oman mielipiteensä mukaisesti. Jokainen vastaaja on voinut täyttää kyselyn kuitenkin vain yhden kerran. Vastauksiaan asiakas on pystynyt kyselyn aukioloaikana halutessaan muokkaamaan.

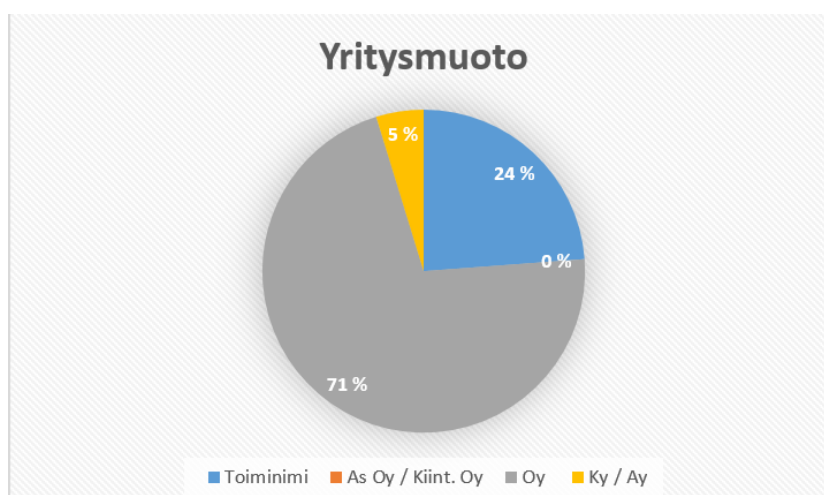


Kuvio 2: Asiakasyrityksen henkilöstömäärän jakautuminen.

Asiakastyytyväisyyskyselyyn aktiivisimmin vastasivat yritykset, joissa on töissä yksi tai kaksi henkilöä. Koko vastaajamäärästä heitä on hieman yli kaksi kolmasosaa eli noin 67 prosenttia, joka on kuviossa 2 värjätty sinisellä. Yhden kolmasosan kokoinen oranssi alue koostuu 3-10

työntekijän yrityksistä. Asiakasyritykset, joissa on yli kymmenen työntekijää, jättivät tällä kertaa vastaamatta kyselyyn. Työntekijöiden lukumäärän perusteella ei kuitenkaan voi päätellä onko asiakasyritys pieni vai suuritoinen kirjanpidon osalta tai sitä kuinka monta palvelua yritys ostaa kuukausittain tilitoimistolta.

Suomessa oli vuonna 2013 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan 283 290 yritystä, joihin ei ole laskettu mukaan maa-, metsä- ja kalatalouden yrityksiä. Näistä yrityksistä pienyrityksiä eli alle 50 työntekijän yrityksiä on ollut 98,9 prosenttia. Tarkemmin kuvailtuna alle kymmenen työntekijän yrityksistä käytetään nimeä mikroyritys. Yritysrekisteriin tilastoiduista yrityksistä alle kymmenen työntekijän mikroyrityksiä on jopa 93 prosenttia. (Suomen Yrittäjät 2015.) Kun näihin tilastoihin verrataan Millitilit Oy:n asiakasyritysten henkilömääriä, ovat kaikki asiakastytyväisyyskyselyyn vastanneet asiakkaat mikroyrityksistä. Yrityksen koko ei ole suoraan verrannollinen yrityksen yhtiömuotoon, joten asiakastytyväisyyskyselyssä kysyttiin toisena asiakasyrityksen yhtiömuotoa. Alla olevaan ympyrädiagrammiin on kuvattu vastanneiden asiakkaiden yhtiömuodot prosenttiosuuksin.



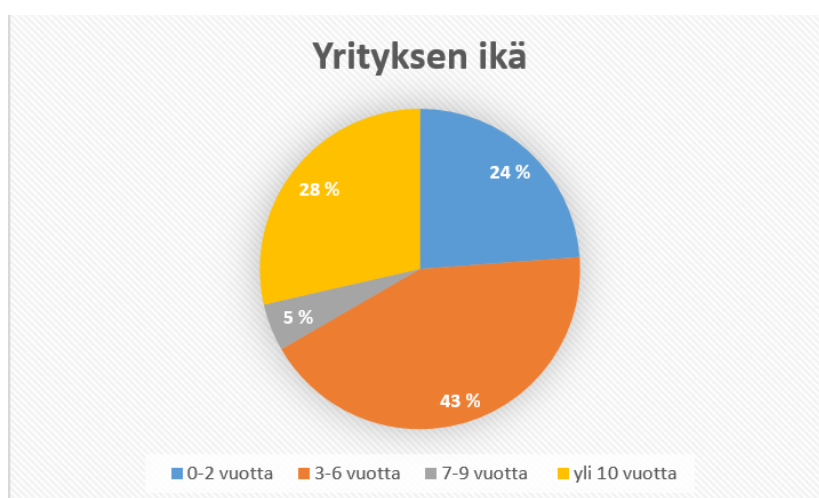
Kuvio 3: Asiakasyritysten yhtiömuodon jakautuminen.

Millitilit Oy:llä on asiakkaina muutaman eri yhtiömuodon yrityksiä. Suurin osa yrityksistä on osakeyhtiöitä, joita kuvion 3 mukaan on jopa 71 prosenttia vastanneista. Toiseksi suurin osa, hieman alle neljäsosa, on toiminimellä toimivia yrityksiä, jotka on kuvioon 3 merkitty sinisellä värillä. Kommandiittiyhtiöitä tai avoimia yhtiöitä kyselyyn vastaajista oli viisi prosenttia. Asunto-osakeyhtiöiden ja kiinteistöosakeyhtiöiden edustajat jättivät asiakastytyväisyyskyselyyn vastaamatta.

Yhtiömuotojen vertailu ei kyselyn vastauksiin suoraan vaikuta, mutta sen perusteella voidaan tehdä päätelmiä minkä tyyppistä taloushallinnollista työtä yrityksen kirjanpito vaatii kuukausittain. Esimerkiksi osakeyhtiön ja toiminimen kirjanpidossa täytyy huomioida erilaisia asioita. Tämän lisäksi myös tilinpäätöksessä on laissa määritelty erilaisia seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon. Asiakastytyväisyyskyselyyn vastattiin anonymisti, joten vastauksista ei käy ilmi minkä yrityksen edustaja on mielipiteensä halunnut tietoomme antaa. Tämä on hyvä asia, koska silloin asiakkaat voivat vastauksissaan rohkeasti kertoa mielipiteensä palveluista. Pelkkää hyvää palautetta ei kuitenkaan ole suotavaa odottaa, koska sen perusteella on vaikeaa tehdä parannuksia toimintaan.

7.2 Yrityksen ikä ja asiakassuhteen pituus

Asiakasyrityksen toiminnan taustalta voi asiakastytyväisyyskyselyn perusteella saada vain vähäistä tietoa. Kuitenkin kyselyn tuloksiin vaikuttaa se kuinka kauan yritys on toiminut ja kuinka paljon sillä on kokemusta taloushallinnon asioiden hoitumisesta. Juuri aloittanut yrittäjä voi kokea tilitoimiston palvelut valtavaksi avuksi, kun ammattitaitoisen palvelun kautta taloudellisista asioista saa ymmärrettäviä vastauksia kysymyksiin. Kokeneelle yrittäjälle taloushallinnon asiat ovat jo tuttuja ja he vaativat palveluilta laatua. Kyselyyn vastanneiden asiakasyritysten ikähaarukka on kuvattu alla olevaan kuvioon 4 prosenttiosuuksin.

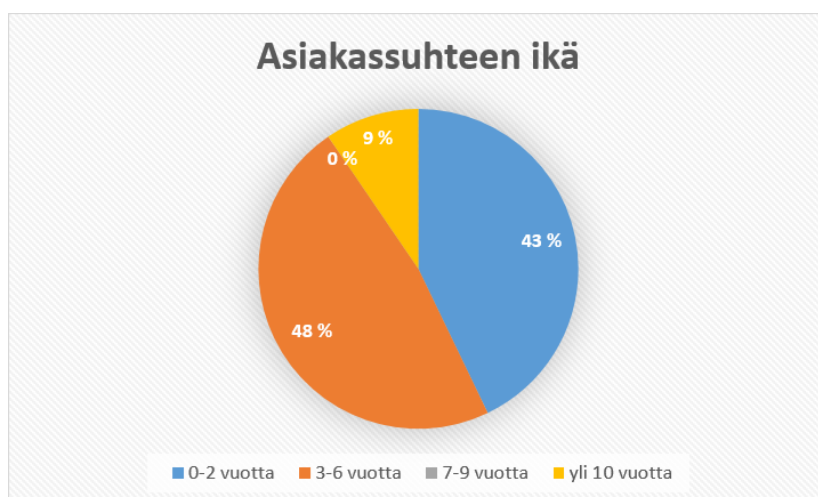


Kuvio 4: Asiakasyritysten iän jakautuminen.

Asiakastytyväisyyskyselyn mukaan 43 prosenttia asiakkaiden yrityksistä on toiminut kolmesta kuuteen vuotta. Kuviossa 4 tämä osuus näkyy suurimpana lohkona. Yli kymmenen vuotta toimineita yrityksiä Millitilit Oy:llä on asiakkaina 28 prosenttia ja kahden viime vuoden aikana aloittaneita yrityksiä on 24 prosenttia. Luvut ovat melko lähellä toisiaan ja tämä kertoo siitä, että tilitoimistossa osataan palvella yrityksen alkutaipaleella olevia yrittäjiä kuin myös kokeneita liiketoiminnan ammattilaisia.

Yrityksen iän selvittäminen liian tarkasti ei ole olennaista kyselyn kannalta. Kyselyn tuloksia analysoidessa on kuitenkin helpompi miettiä asiakkaiden vastauksia, kun on saanut hieman tietoa asiakasyrityksen liiketoiminnallisesta kokemuksesta. Yrityksen ikää vertaamalla esimerkiksi tämänhetkisen asiakassuhteen pituuteen tilitoimiston kanssa, voidaan päätellä onko se vaihtanut jossain vaiheessa tilitoimistoa vai ollut kokoajan saman tilitoimiston asiakas.

Juuri yritystoiminnan aloittaneeseen yritykseen on jokin asia tehnyt tilitoimistossa vaikutuksen, koska yrittäjä on halunnut luoda asiakassuhteen ja luottaa saavansa laadukasta palvelua yritykselleen. Pitkäaikaisen asiakassuhteen puolestaan voidaan olettaa toimivan hyvin ja asiakkaan olevan tyytyväinen ostamaansa palveluun, koska muuten tilitoimisto olisi todennäköisesti vaihdettu toiseen. Asiakasyritysten vastausten perusteella on laadittu alla oleva kuvio 5, johon asiakassuhteiden pituudet on merkitty prosenttien mukaisiin lohkoihin.



Kuvio 5: Asiakassuhteiden pituuksien jaottelu.

Asiakassuhteiden pituudet on kuvion 5 mukaan jaoteltu myös neljään osaan. Suurin näistä lohkoista on kolmesta kuuteen vuotta kestäneet asiakassuhteet, joita on 48 prosenttia. Enintään kaksi vuotta kestäneitä asiakassuhteita on 43 prosentilla kyselyyn vastanneista. Kyselyyn osallistuneista yrityksistä ei yhdelläkään ole 7-9 vuoden asiakassuhdetta tilitoimiston kanssa, mutta yli kymmenen vuotta asiakkaana olleita yrityksiä on yhdeksän prosenttia vastanneista.

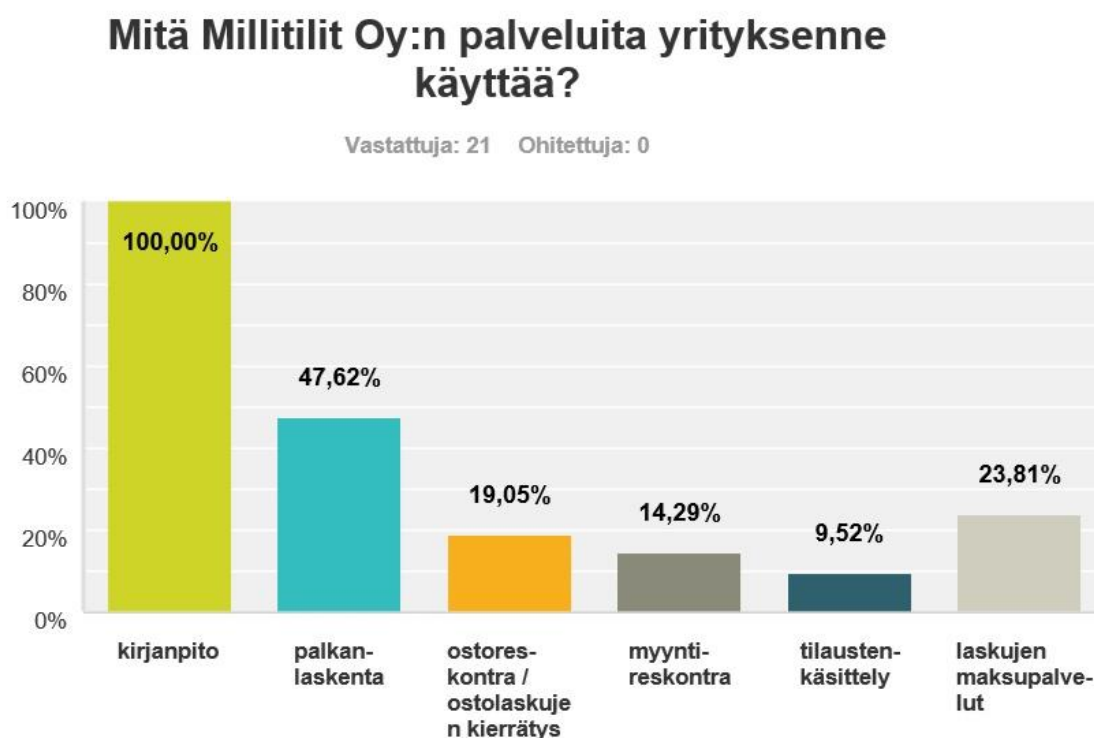
Monet vastanneista asiakkaista ovat olleet Millitilit Oy:n asiakkaina vasta vähän aikaa. Asiakassuhteen ollessa melko alussa on tärkeää panostaa siihen, että suhde kasvaa luottavaiselle ja tasapainoiselle pohjalle. Asiakkaan odotusten ja kokemusten kautta voidaan saavuttaa asiakastyytyväisyys. Pidempiaikaisten asiakkaiden kanssa on jo luotu hyvä asiakassuhde, jossa molemmat osapuolet ovat huomanneet asiakassuhteen arvon ja saavuttaneet luottamuksen.

Molemminpuolinen kunnioitus asiakassuhteessa luo jo itsessään luottavaisuutta ja arvoa sekä halun jatkaa yhteistyötä eteenpäin.

Asiakassuhteiden ylläpito on tärkeää yrityksen kannattavuuden säilyttämiseksi. Tilitoimiston toiminta muuttuu kannattamattomaksi, jos sen asiakkaat siirtävät taloushallinnolliset palvelunsa muualle. Asiakassuhteen vointia ja asiakkaiden tarpeiden tasoa kannattaa tarkkailla, jotta voidaan nopeasti reagoida, jos asiakkaan tarpeet muuttuvat. Uusia toimintatapoja voi ottaa käyttöön esimerkiksi yhteydenpidossa, jotta asiakkaan toiveet ja tarpeet saadaan huomioitua mahdollisimman nopeasti. Asiakkaan näkökulman tarkastelu kannattaa pitää mielessä asiakassuhteita kehitettäessä, jotta suhteen muutokset jäävät positiivisena kokemuksena mieleen asiakkaalle.

7.3 Palveluiden jakautuminen

Asiakastyytyväisyyskyselyssä tilitoimiston palvelut jaettiin eri osiin, jotta saataisiin selvitettyä mitä palveluita vastanneilla yrityksillä on käytössä ja minkä palvelun pohjalta he ovat enimmäkseen kyselyyn vastanneet. Millitilit Oy:n palvelut jaettiin kuuteen yleisimpään taloushallinnon ryhmään, joista asiakkaat saivat valita kaikki käytössään olevat palvelut. Näistä palveluista kertoo alla oleva pylväsdiagrammi, jossa palveluiden jakautuminen on ilmoitettu prosenttiosuuksin. Konsultointi ja neuvontapalvelut jätettiin tästä pois, koska niitä harvemmin laskutetaan erikseen asiakkailta, vaan ne ovat osa yhteydenpitoa ja sisältyvät laskutuksessa muihin palveluihin.



Kuvio 6: Tilitoimiston palveluiden jakautuminen.

Asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneista asiakasyrityksistä kaikilla on ostopalveluna kirjanpito. Osalle asiakkaista tämä on ainut kuukausittainen palvelu, mutta useimmilla on kirjanpidon ohella käytössä myös jokin tai useampi täydentävä palvelu. Kuvion 6 mukaan tilitoimisto hoitaa lähes puolelle vastanneista yrityksistä myös palkanlaskennan. Yleisimmin laskettavana on kuukausipalkkoja, mutta myös kahden viikon periodit ovat asiakasyritysten alasta riippuen käytössä.

Hieman alle viidesosa asiakkaista haluaa tilitoimiston huolehtivan heidän ostolaskujensa hoidosta. Visma Fivaldi -ohjelmassa on erikseen ostolaskujen kierrätys, johon ostolaskuja tulee sähköisinä tai niitä voi lisätä skannaamalla. Tilitoimistolta laskut lähtevät tiliöinnin jälkeen asiakkaille hyväksyttäväksi maksuun. Tätä varten asiakkaalla tulee olla ostettuna omat tunnukset ohjelmaan, jotta pääsee näkemään hyväksyttäväksi saapuneet laskut ja selailemaan jo maksettuja laskuja. Laskuja voidaan maksaa myös suoraan ostoreskontran kautta, josta ne siirtyvät pankkiohjelmaan. Laskujen maksupalvelu tarkoittaa sitä, että tilitoimisto hoitaa yrityksen laskut aina eräpäivänä ja informoi asiakasta aina tarvittaessa tilin saldosta. Tämä palvelu on käytössä noin neljäsosalla kyselyyn vastanneista yrityksistä.

Yritykset tekevät oman laskutuksensa yleensä itse, jos heillä on siihen soveltuva ohjelma käytössä. Myyntireskontran hoito onkin hieman harvemmillä yrityksillä ostopalveluna. Kuvion 6 mukaan niin myyntireskontran kuin tilausten käsittelyn käyttö on selvästi vähäisempää ja niitä on käytössä keskimäärin muita lisäpalveluja vähemmän. Tilausten käsittely kattaa laskujen tekemisen sekä lähettämisen asiakkaiden ohjeiden mukaisesti ja tarvittaessa hyvityslaskujen tekemisen. Avoimeksi jääneistä laskuista hoidetaan maksukehotusten lähettäminen.

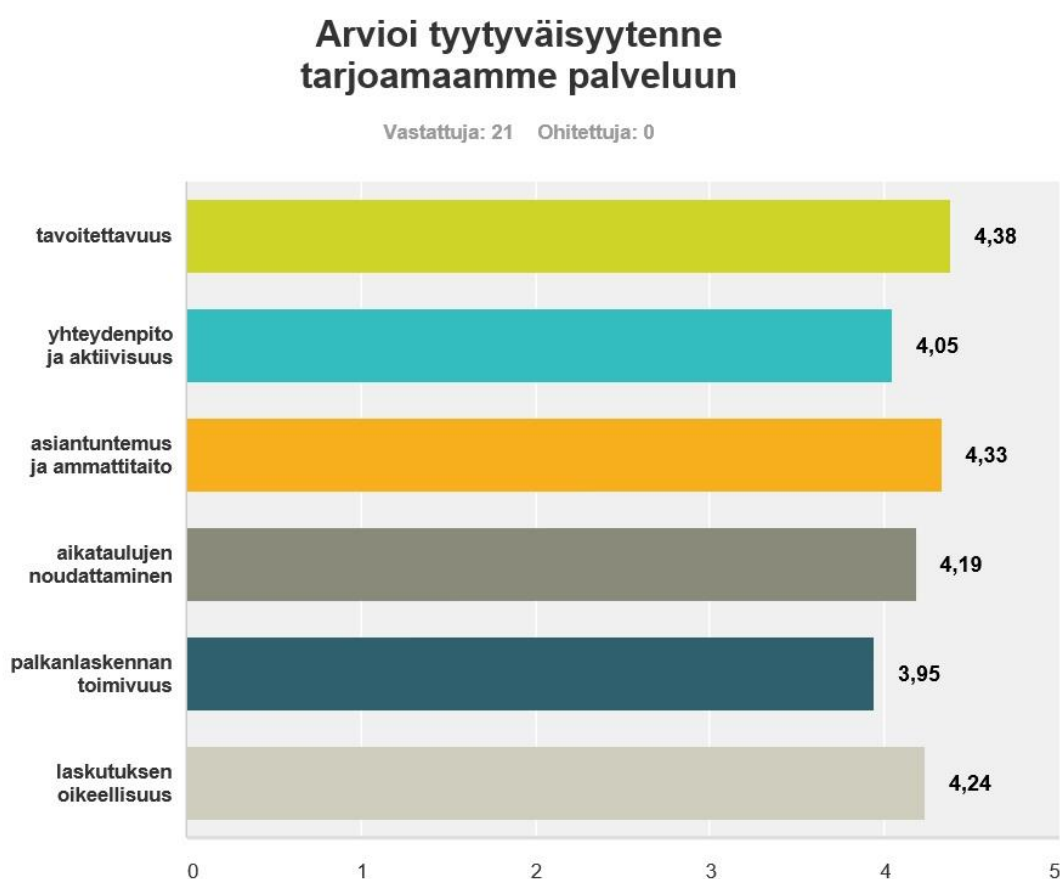
7.4 Asiakastyytyväisyys palveluista

Asiakastyytyväisyyskyselyssä on hyvä huomioida palveluiden ja toimintojen jaottelu, jotta niistä saadaan tarpeeksi tarkkaa tietoa. Kirjanpitäjien tavoitettavuus on asiakkaan näkökulmasta tärkeää, jotta asiointi tilitoimiston kanssa tuntuu luotettavalta. Myös toisin päin tapahtuva yhteydenpito on tärkeää, se luo asiakkaalle tunteen, että hänen yrityksensä asioista välitetään. Ammattitaidon ja työskentelyn tehokkuuden asiakas arvioi omien kokemusten pohjalta, joten näihin kohtiin vaikuttaa paljon myös yhteydenpito ja kasvotusten tapahtuva asiointi tilitoimistolla.

Palkanlaskennan toimivuudesta ja kuukausittaisista laskutuksista haluttiin saada kyselyn avulla jonkinlaista näkökulmaa, koska niistä harvoin saa asiakailta suoraa palautetta. Pelkän numeroinnin avulla tehtävän arvioinnin analysointi on haastavaa, mutta se kertoo vähän suuntaa mihin osa-alueeseen voisi kiinnittää huomiota kehityssuunnitelmaa tehtäessä.

Kaikki osa-alueet kannattaa käydä huolellisesti läpi. Löydetyt epäkohdat tulisi huomioida niin tilitoimiston kuin asiakkaankin näkökulmista ja molemmille sopivaa ratkaisua selvittää. Kaikkia osa-alueita ei kannata alkaa kehittää samanaikaisesti, vaan kiinnittää huomiota yksi kerrallaan kehitystä tarvitseviin kohteisiin. Näin toimittaessa kehitys tapahtuu suunnitellummin ja tarkemmin, jolloin tulokset ovat paremmat ja ne kestävät pidemmän aikaa. Pienin muutoksin tapahtuva kehitys tulee helposti osaksi toimintaa ja laadun parannus jää pysyväksi.

Asiakasyritysten tyytyväisyyttä on mitattu kuuteen eri palvelun osaan, joista jokainen piti kyselyssä arvioida pistein. Alla olevassa pylväsdiagrammissa on kuvattu asiakkaiden vastausten perusteella asiakastyytyväisyyttä. Kuvio 7 kertoo karkeasti asiakkaiden arvion palvelun laadusta ja toimivuudesta.



Kuvio 7: Asiakastyytyväisyys tilitoimiston palveluista.

Millitilit Oy:n asiakasyritykset arvioivat tyytyväisyytensä tilitoimiston palveluihin, ammattitaitoon sekä laskutukseen. Asiakastyytyväisyys on erittäin suurta numeron viisi arvossa ja erittäin vähäistä numeron nolla kohdalla. Kuvion 7 mukaan asiakkaat ovat kaikkein tyytyväisempiä siihen, että kirjanpitäjä on usein nopeasti tavoitettavissa. Puhelimella tai sähköpostin kautta tapahtuva kiireellisten asioiden hoito tai neuvojen antaminen on selvästi asiakkaille

tärkeä ja arvokas asia. Yli 60 % vastaajista kertoikin olevansa erittäin tyytyväinen asiakaspalvelun nopeudesta. Tilitoimisto huomioi asiakkaitaan olemalla arjessa läsnä ja se tuo asiakkaille turvallisuuden tunnetta talousasioiden hoidossa. Asiakslähtöisen liiketoiminnan mukaisesti Millitilit Oy panostaa siihen, että asiakkaita kuunnellaan ja heidän tarpeisiinsa vastataan.

Yhteydenpito asiakkaiden ja tilitoimiston välillä tapahtuu yleensä vähintään kuukausittain. Asiakasyrityksen käyttämistä palveluista riippuen yhteyttä voidaan ottaa useamman kerran viikossakin. Aktiivinen yhteydenpito nostaa asiakkaiden kokemaa arvoa ja heidän luottamustaan. Lämsän ja Uusitalon (2005, 62) mukaan tutkimuksissa on havaittu, että asiakkaiden kokemuksen laadun lisäksi heidän tyytyväisyyteensä vaikuttavat myös erilaiset tilannetekijät, joihin arvostuksen tunne voidaan laskea.

Millitilit Oy:n kirjanpitäjien asiantuntemuksen ja ammattitaidon arvioidaan olevan hyvällä tasolla. Asioiden oikein tekeminen, tarkkuus ja huolellisuus ovat asioita, joita asiakkaat arvostavat. Toisinaan asiakkaille tulee eteen asioita, joita he eivät yrityksensä taloushallinnossa ymmärrä ja silloin kirjanpitäjän laajempi osaaminen auttaa heitä. Hyvän asiantuntemuksen omaaminen edesauttaa myös aikataulujen sujuvuutta ja tärkeiden päivämäärien huomiointia. Tilitoimistossa aikataulua seurataan kuukausittain maksettavien verojen osalta, mutta myös palkanlaskennat ja tilinpäätökset on osattava sisällyttää aikatauluun oikein.

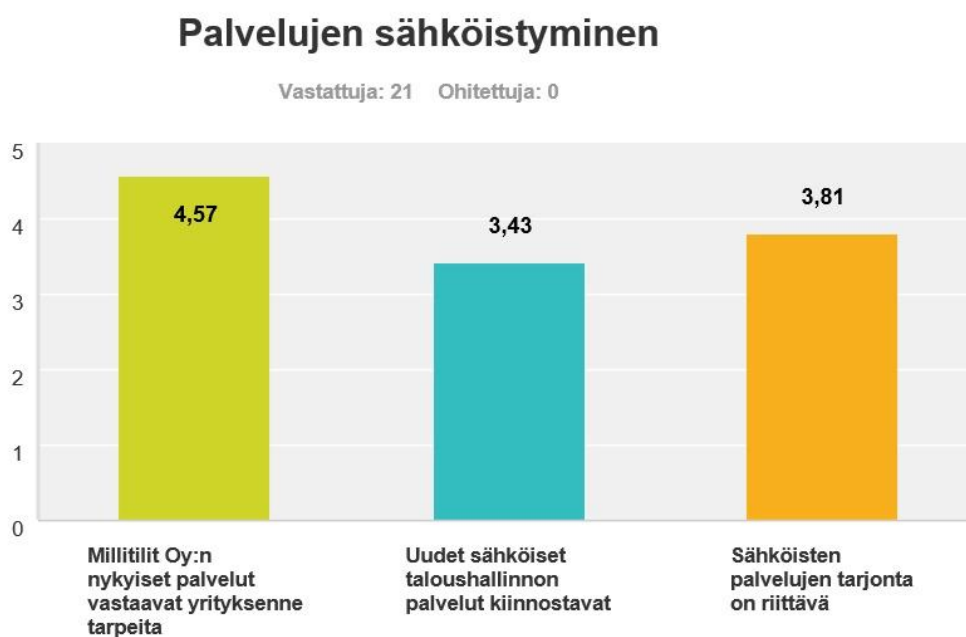
Millitilit Oy:llä asiantuntemusta ja ammattitaitoa ylläpidetään säännöllisten koulutusten avulla. Kirjanpito-ohjelma tarjoaa kirjanpitäjille monipuolisesti koulutusseminaareja internetin välityksellä, jolloin matkakulut ja aika säästyvät. Koulutukset ovat usein tallennettuja, jolloin opittavaa asiaa voi kerrata tarvittaessa useampaan kertaan parhaan mahdollisen ymmärryksen saavuttamiseksi. Asiantuntemusta kerätään myös lukemalla ammattikirjallisuutta ja ajankohtaisia artikkeleita.

Palkanlaskennan toimivuuden on arvioitu kuvion 7 mukaan olevan lähellä hyvin tyytyväistä tasoa. Tämän osion arviointiin vaikuttaa kuitenkin se, että kaikilla vastaajilla ei ole palkanlaskentaa lisäpalveluna käytössä, jolloin sen toimivuutta on vaikea arvioida. Lahtinen ja Isoviita (2000, 65) pitävät tärkeänä, että asiakastytyväisyyttä mitataan säännöllisin väliajoin, jolloin tapahtuviin muutoksiin pystytään puuttumaan nopeammin. Palkanlaskennan toimivuudesta kannattaisikin tehdä uusi kysely, joka kohdistettaisiin pelkästi palkanlaskennan palveluja ostaville yrityksille. Näin saataisiin tarkempaa tietoa millaisia odotuksia asiakkailta on palkanlaskennan suhteen. Tämän kyselyn perusteella saatu tulos kehottaisi seuraamaan palkanlaskennan sujuvuutta, vaikka tulos näyttääkin olevan hyvällä tyytyväisyyden tasolla.

Millitilit Oy:llä on erikokoisia asiakasyrityksiä, joiden kuukausittaisen laskutuksen välillä voi olla eroa useita satoja euroja. Laskutus perustuu kirjanpidon ja muiden palvelujen tekoon käytettyyn aikaan sekä kirjanpidollisten vientien lukumäärään. Tämän perusteella laskutus on arvioitu tasapuoliseksi yritysten kesken. Kuvion 7 mukaan laskutusta pidetäänkin oikealla tasolla olevana. Noin puolet vastaajista on erittäin tyytyväisiä laskutukseen. Millitilit Oy:n omistaja Tjurin (2016.) kertookin, että tilitoimisto ei voi kilpailla hinnalla asiakkaistaan, vaan sen täytyy tähdätä parhaaseen mahdolliseen laatuun palveluissaan.

7.5 Sähköiset palvelut

Taloushallinnon palvelujen sähköistyminen on osa kokoajan jatkuvaa kehitystä. Monet kuukausittaiset kirjanpidot hoidetaan Millitilit Oy:lläkin vielä paperisina, mutta sähköiset palvelut ovat viime vuosina lisääntyneet paljon. Osa asiakasyrityksistä onkin halunnut jo vaihtaa yrityksensä kirjanpidon kokonaan sähköisesti hoidettavaksi. Sähköisten palvelujen kiinnostavuudesta ja riittävydestä kertookin alla oleva diagrammi, jossa viiden pisteen täyttyminen tarkoittaa täysin samaa mieltä olevaa vastausta ja nolla puolestaan täysin eri mieltä.



Kuvio 8: Arvio tilitoimiston sähköisistä palveluista.

Millitilit Oy:n nykyisten palvelujen on arvioitu kuvion 8 mukaan kattavan lähes täysin asiakasyritysten tarpeet. Tilitoimiston kannalta onkin tärkeää huomioida kokevatko asiakkaat saavansa tarpeeksi monipuolisesti tarvitsemiaan taloushallinnon palveluja. Monet yritykset ovat pitkään toimineita ja heillä voi olla vaikeuksia pysyä jatkuvassa kehityksessä mukana ja näin ollen sähköisiin palveluihin vaihtaminen koetaan haastavana. Kynnys siirtyä digitaalisen taloushallinnon piiriin voi johtua osaamisen tai koulutuksen puutteesta, taloudellisista syistä tai

liian vähäisestä tiedottamisesta. Nykyisten palveluiden riittävyys kertoo siitä, että he ovat tyytyväisiä saadessaan taloushallinnon palvelut tällaisella kehitysasteella kuin ne nyt ovat.

Verkkolaskutuspalvelut, sähköinen ostolaskujen kierrätys ja tilausten käsittely ovat tilitoimiston yleisimpiä digiaikaan siirtyneitä palveluita, joita suositellaan asiakkaiden käyttöön. Kirjanpidon sähköinen hoitaminen nopeuttaa kirjanpitäjien töitä ja varmistaa sen, että tositteet ja muut materiaalit pysyvät tallessa muuttumattomina. Kuitit ja paperiset tositteet menettävät ajan kuluessa väriä ja ennen tilitoimistoon päätymistä ne toisinaan katoavat.

Siivolan (2016) mukaan suosiotaan kasvattavien sähköisten palveluiden avulla pystytään luomaan saumattomia taloushallinnon prosesseja, joissa kirjanpito-ohjelmien arkistoihin tallentuvat valmiiksi käsitellyt laskut. Laskujen sähköinen maksuun hyväksyminen, automaattinen pankki-ohjelmaan siirto sekä tiliotteiden ja viitesierrojen sähköinen luku ovat myös Millitilit Oy:llä päivittäisessä käytössä. Tilitoimiston palveluiden muuttaminen sähköisiksi on myös ekologisesti ajateltuna harppaus eteenpäin kehityksessä. Paperin kulutus vähenee huomattavasti, kun asiakirjat siirretään sähköiseen käsittelyyn.

Sähköisten palvelujen tarjontaa Millitilit Oy:llä pidetään kuvion 8 mukaan riittävänä. Tähän vaikuttavat sähköisten palvelujen kiinnostavuus asiakkaiden kesken sekä heidän tietämyksensä tilitoimiston tarjoamista sähköisistä palveluista. Millitilit Oy:llä on käytössä suurin osa sähköisistä palveluista, jotka ovat kirjanpito-ohjelmaan yhteensopivia. Sähköisten palvelujen tarjonnasta voisi asiakkaille tehdä tietopaketin, josta he saisivat lisätietoa. Tämän avulla asiakkaiden kiinnostus sähköisiin palveluihin kohtaan voisi kasvaa ja kynnys vaihtaa paperista digiaikaan saattaisi pienentyä.

7.6 Kokonaisarviointi ja suositukset

Asiakastyytyväisyyskysely on jaoteltu osiin, jotta se antaa yksityiskohtaista tietoa eri palveluista ja tilitoimiston toiminnasta. Yhtä tärkeää on kuitenkin saada myös asiakasyritysten mielipide Millitilit Oy:stä kokonaisuudessaan. Tätä tarkoitusta varten kyselyyn lisättiin tähtien mukaan arviointi, jossa yritykselle voi antaa toiminnasta enintään viisi tähteä, joka tarkoittaa erittäin tyytyväistä mielikuvaa. Yksi tähti on huonoin mahdollinen arvio, joka vastaa sitä, että palvelut toimivat huonosti tai ne eivät toimi ollenkaan. Asiakasyritysten vastausten perusteella on tehty kuvio 9. Asiakkaat ovat arvioineet tilitoimiston toimintaa myös siitä näkökulmasta kuinka todennäköisesti olisivat valmiita suosittelemaan Millitilit Oy:n palveluita muille yrityksille.

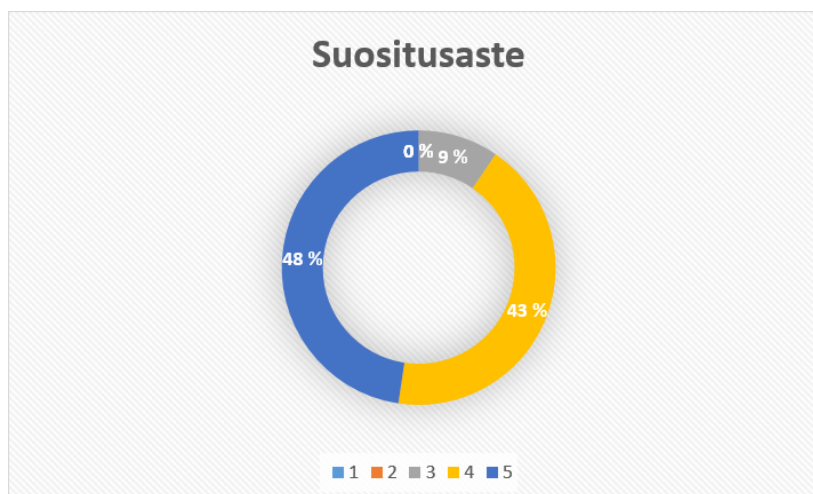


Kuvio 9: Yrityksen kokonaisarviointi tähdillä.

Kyselyn perusteella tähtiä piti antaa Millitilit Oy:n palveluista vähintään yksi ja enintään viisi. Keskimääräiseksi arvioksi tuli kuviossa 9 kuvatut 4,38 tähteä, joka on keskiarvona todella hyvä tulos. Asiakkaista kukaan ei antanut yhtä tai kahta tähteä, joten vastauksista voi päätellä asiakkaiden olevan tyytyväisiä palveluiden ja toiminnan kokonaisuuteen. Kolmen tähden arvioinnin antoivat noin 14 prosenttia vastaajista ja neljä tähteä 33 prosenttia. Loput vastaajista eli yli puolet heistä antoivat täydet viisi tähteä.

Tämän kokonaisarvioinnin perusteella voidaan päätellä, että asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä tilitoimiston palvelujen laatuun. Vaikka kaikissa osa-alueissa he eivät olisikaan antaneet täysin tyytyväistä arviointia, on kokonaisuus heidän mielestään kiitettävän arvoista. Pelkästi kokonaisuutta arvioiden ei voida tehdä tarkkoja kehityssuunnitelmia palvelun laadun parantamiseksi. Kokonaisarviointi on kuitenkin tärkeä osa asiakastyytyväisyyskyselyssä, koska erilaisten mittareiden avulla tulokset voivat kertoa ristiriitaisia tietoja. Tässä kysymyksessä vastaaja antaa näkemyksensä tilitoimiston kokonaislaadusta.

Molemmin puolinen joustavuus asiakassuhteessa vaikuttaa paljon palvelujen toimivuuteen. Jos tilitoimistossa ollaan valmiita joustamaan asiakkaan tarpeiden mukaisella tavalla, asiakas muistaa sen kyllä myöhemmin, esimerkiksi juuri kokonaisarviointia tehdessään. Vaikka kaikki palvelut tai palvelun osat eivät yltäisi erinomaiselle tasolle, asiakas voi olla erittäin tyytyväinen saamaansa palveluun juuri yhteistyön joustavuuden takia. Asiakastyytyväisyydestä kertoo myös suositusaste, jota on kuvattu kuviossa 10 prosenttiosuuksin.



Kuvio 10: Tilitoimiston suosittelun arviointi.

Kokonaisarvioinnin lisäksi kyselyssä pyydettiin asiakasta arvioimaan sitä, kuinka todennäköisesti he suosittelisivat Millitilit Oy:tä muille yrityksille tilitoimistoksi. Vastauksista numero yksi tarkoittaa ettei asiakas suosittelisi tilitoimistoa muille. Asteikko paranee numeroiden suurentuessa ja numero viisi tarkoittaa, että asiakas suosittelisi tilitoimistoa erittäin mielellään muille.

Arviointeja kohtiin yksi ja kaksi ei tullut ollenkaan. Yhdeksän prosenttia vastaajista suosittelisi tilitoimiston palveluja todennäköisesti myös muille ja 43 prosenttia hyvin todennäköisesti. Suurimman prosenttiosuuden sai kuitenkin erittäin todennäköinen suosittelu, joka keräsi jopa 48 prosenttia vastaajien arvioinneista. Kuviossa 10 nämä osuudet on kuvattu ympyrädiagrammilla. Tämän perusteella voidaan päätellä, että asiakkaat ovat olleet kokonaisuudessaan hyvin tyytyväisiä tilitoimiston palveluiden laadusta. Heistä tuskin kukaan haluaisi suositella palveluita joihin ei itsekään ole tyytyväinen. Muutamat Millitilit Oy:n asiakkaat ovatkin tulleet asiakkaiksi jo asiakkaina olleiden yritysten suosittelemina.

7.7 Tulosten luotettavuus

Tutkimusta voidaan pitää pätevänä ja luotettavana, kun siinä on onnistuttu mittaamaan niitä asioita, joita oli suunniteltu mitattavan. Tätä kutsutaan validiteetiksi. Asiakastyytyväisyyskyselyssä kysymysten rakenne ja niiden esittämisjärjestys ovat tärkeitä asioita huomioida. Näihin panostamalla kyselystä tulee selkeämpi ja helpommin ymmärrettävä, jolloin myös vastaukset ovat realistisempia. Kysymysten muotoilun tulee olla vain yhdellä tavalla ymmärrettävissä, jotta väärinymmärryksiltä voidaan välttyä. Reliabiliteetilla puolestaan tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja toistettavuutta mikäli kysely aiotaan tehdä uudestaan jossakin vaiheessa.

Näiden tulosten tulisi pysyä samoina, jos oletetaan, että asiakastyytyväisyydessä ei ole tapahtunut muutoksia. Tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu validiteetin ja reliabiliteetin yhteisestä onnistumisesta. (Jyväskylän yliopisto 2010.)

Kyselyn avulla kerättyä tutkimusaineistoa tulee käsitellä huolellisesti ja luottamuksellisesti, jotta sen pohjalta päätelmiä voidaan pitää luotettavina. Tietojen käsittelyvaiheeseen kuuluu tutkimustulosten luokittelu, jolloin myös tarkistetaan, ettei tietojen keräysvaiheen aikana ole tapahtunut virheitä. Käsittelyn jälkeen tutkimusaineisto raportoidaan ja sen pohjalta voidaan tehdä erilaisia havaintoja esitettäväksi. (Rope 2000, 451.)

Pelkkä kysely ei kuitenkaan tuo muutosta asiakastyytyväisyyteen, vaan raportoinnin pohjalta täytyy vielä tehdä parannustoimenpiteitä niissä osa-alueissa, joissa havaitaan tyytymättömyyttä. Parannustoimenpiteet kannattaa ottaa käytäntöön mahdollisimman pian niiden suunnittelun jälkeen, jotta asiakkaat kokevat yrityksen olevan tosissaan kiinnostuneita heidän mielipiteistään. (Jyväskylän yliopisto 2010.)

Tämä opinnäytetyössä tekemäni asiakastyytyväisyystutkimus täyttää mielestäni luotettavuuden mittarit. Kyselyn kysymykset oli laadittu niin, että ne olivat helppoja ymmärtää. Myöskin vastausten antaminen oli helppoa, koska vastausvaihtoehtoja oli tarpeeksi ja niistä löytyi jokaiselle parhaiten omaa mielipidettä vastaava kohta. Tutkimus eteni johdonmukaisesti ja siitä saatiin realistisia tuloksia. Tämä asiakastyytyväisyystutkimus voidaan toistaa myöhemmin uudestaan ja uusia vastauksia voidaan vertailla tämän kyselyn tuloksiin. Näin nähdään mahdolliset kehitykset ja muut muutokset tyytyväisyyden tasossa.

8 Kehitysehdotukset

Savaspuron (2014) mukaan hyvän asiakaskokemuksen syntyminen edellyttää, että tarjottu palvelu ja asiakkaan tarve kohtaavat. Sähköisen median välityksellä on tutkimusten mukaan korvattu jo suuri osa yhteydenpidosta asiakkaiden kanssa. Asiakassuhteissa ei voi kuitenkaan lii- kaa korostaa henkilötasolla tapahtuvaa jatkuvaa yhteydenpitoa, joita ovat puhelinkontaktit ja säännölliset kasvotusten tapaamiset. Tällä hetkellä avainasemassa tilitoimistolle on, että asiakkaiden tarpeet pystytään kartoittamaan uudelleen. Ajan mittaan muuttuneet tarpeet ja palvelujen kohtaaminen luovat asiakassuhteisiin uutta energiaa ja asiakaskokemukset paranevat.

Asiakastarpeista voi oppia uutta asiakaskokemusta mittaamalla. Mittauksen avulla asiakkaan sitoutumista voidaan vahvistaa, joka puolestaan parantaa asiakastyytyväisyyttä. Näissä tapauksissa erityisesti henkilökohtaisella yhteydenpidolla ja vilpittömällä kiinnostuksella asiak-

kaan tarpeisiin luodaan positiivista mielikuvaa. Kiinnostuksen osoitus luo usein myös arvoa asiakkaalle. Palvelukokemus syntyy asiakkaille kuitenkin tilitoimiston koko yritystoiminnan tulokseksi eikä vain asiakaspalvelun saavutuksena. Tästä johtuen asiakaskokemuksia tulisi johtaa ja vaalia aivan samalla tavalla kuin muitakin yrityksen toimintoja. (Savaspuro 2014.)

Henkilökohtaisiin tapaamisiin kannattaa käyttää aikaa myös tulevaisuudessa. Tässä täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että tapaamisten laatu korvaa usein määrän. Asiakkaat ovat usein kiireisiä, joten ammattimaisen tavan mukaan aikataulut on otettava huomioon. Kaikilla asiakkailla ei ole aikaa vastailla puhelimeen toimistoaikana, joten näissä tapauksissa on parempi sopia, että yhteydenpito hoidetaan sähköpostilla eikä asiakkaalle aiheudu katkoksia työpäivään. Aidon kiinnostuksen osoittaminen asiakkaan yrityksestä luo asiakassuhteeseen luottamusta, joka puolestaan tiivistää asiakassuhdetta positiivisella tavalla.

Palveluiden arvioinnin pohjalta huolellisesti tehtävä kehityssuunnitelma helpottaa palvelujen kehittämisprosessia etenemään tasaisesti. Pienin askelin etenevä palveluiden paraneminen tulee todennäköisemmin osaksi arkirutiineja, kun kaikkia asioita ei muuteta yhtä aikaa. Näin ollen muutokset eivät tule asiakkaillekaan liian nopeaan tahtiin, jolloin niitä on helpompi omaksua ja niistä saatavat positiiviset huomiot kohottavat asiakkaan mieltä pidemmäksi aikaa. Asiakkaiden huomiointi kannattaa muutenkin ottaa osaksi arkea, jotta asiakas kokee olevansa tärkeä.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell.
- Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekes: Helsinki.
- Granlund, M. & Malmi, T. 2004. Tietotekniikan mahdollisuudet taloushallinnon kehittämisessä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3.painos. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Helsinki: Kauppakaari.
- Harvard Business Review. 2011. Increasing customer loyalty. Boston: Harvard Business Review Press.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9.painos. Helsinki: Edita.
- Jokinen, T., Heinämaa, L. & Heikkonen, I. 2000. Tervetuloa Asiakas - Myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita.
- Kokko, R-L. 2003. Asiakas kuntoutuksen yhteistyöryhmässä. Institutionaalisen kohtaamisen jännitteitä. Helsinki: Kuntoutussäätiö.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa - sähköiset talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOY.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 3. painos. Tampere: Avaintulos.
- Leppiniemi, J. 2006. Kirjanpitolaki-kommentaari. Juva: WS Bookwell.
- Lämsä, A. & Uusitalo, O. 2005. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. 1.-4.painos. Helsinki: Edita Prima.
- Pitkänen, R. 2010. Johtamisen suurenmoinen keveys. Vantaa: INFOR.
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari.
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Espoo: Weilin+Göös.
- Selin, E. & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta - Avaimia asiakastyöskentelyn hallintaan. 2.painos. Espoo: Hansaprint Oy.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? 2.painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Sähköiset lähteet

Ahvenniemi, J. 2006. Digitalisoituva taloushallinto ja tilitoimistot. Tilisanomat. Viitattu 22.12.2016.

<http://www.tilisanomat.fi/kolumni/digitalisoituva-taloushallinto-ja-tilitoimistot>

Jyväskylän Yliopisto. 2010. Tutkimuksen suunnittelu. Viitattu 13.12.2016.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/tutkimuksen-suunnittelu>

Kiikkinen, P. 2016. Paperiton, sähköinen vai digitaalinen taloushallinto? Viitattu 1.1.2017.

<https://magiccloud.fi/paperiton-sahkoinen-vai-digitaalinen-taloushallinto/>

Millitilit. 2017. Palvelut. Viitattu 4.1.2017.

<http://www.tili-lipponen.fi/index.php/palvelut>

Savaspuro, T. 2014. Millainen asiakaskokemus? Viitattu 8.1.2017.

<http://www.pivotal.fi/blogi/millainen-asiakaskokemus/>

Siivola, M. 2016. Sähköistymisen suurin hyöty ei ole automatisaatio. Viitattu 1.1.2017.

<http://blog.tietoakseli.fi/sahkoistymisen-suurin-hyoty-ei-ole-automatisaatio>

Suomen tilintarkastajat. 2015. Mitä on tilintarkastus? Viitattu 5.1.2017.

<http://www.suomentilintarkastajat.fi/yhdistys/hyva-tilintarkastustapa/mita-on-tilintarkastus>

Suomen Yrittäjät. 2015. Yrittäjyys Suomessa. Viitattu 24.1.2017.

<https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363>

Taloushallintoliitto. 2015a. Tilitoimistoala Suomessa. Viitattu 1.1.2017.

<https://taloushallintoliitto.fi/tietoa-meista/tutkimuksia-ja-tietoa-alasta/tilitoimistoala-suomessa>

Taloushallintoliitto. 2015b. Jäsenkriteerit. Viitattu 1.1.2017.

<https://taloushallintoliitto.fi/liity-jaseneksi/jasenkriteerit>

Taloushallintoliitto. 2015c. Toimialastandardi TAL-STA. Viitattu 1.1.2017.

<https://taloushallintoliitto.fi/laatu-tyokalut/hyva-tilitoimistotapa/toimialastandardi-tal-sta>

Taloushallintoliitto. 2015d. Säännöt. Viitattu 1.1.2017.

<https://taloushallintoliitto.fi/tietoa-meista/saannot>

Taloushallintoliitto. 2015e. Tilitoimiston palvelut. Viitattu 5.1.2017.

<https://taloushallintoliitto.fi/tilitoimistoasiointi/tilitoimiston-palvelut>

Toikka, V. 2012. Näin löydät sisäisen motivaation. Talouselämä. Viitattu 15.1.2017.

<http://www.talouselama.fi/tyoelama/nain-loydat-sisaisen-motivaation-3418582>

Verohallinto. 2016. Kirjanpito, tilikausi ja verovuosi. Viitattu 7.1.2017.

[https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi\(9362\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi(9362))

Haastattelut

Tjurin, S. 2016. Hallituksen puheenjohtajan haastattelu. 24.11.2016. Millitilit Oy. Järvenpää.

Kuviot

Kuvio 1: Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Ylikoski 2000, 154.)	17
Kuvio 2: Asiakasyrityksen henkilöstömäärän jakautuminen.	20
Kuvio 3: Asiakasyritysten yhtiömuodon jakautuminen.	21
Kuvio 4: Asiakasyritysten iän jakautuminen.....	22
Kuvio 5: Asiakassuhteiden pituuksien jaottelu.	23
Kuvio 6: Tilitoimiston palveluiden jakautuminen.	24
Kuvio 7: Asiakastyytyväisyys tilitoimiston palveluista.	26
Kuvio 8: Arvio tilitoimiston sähköisistä palveluista.	28
Kuvio 9: Yrityksen kokonaisarviointi tähdillä.	30
Kuvio 10: Tilitoimiston suosittelun arviointi.	31

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake	38
Liite 2: Saatekirje asiakkaille	40

Liite 1: Kyselylomake

Millitilit Oy

Asiakastytyväisyysskysely

* 1. Yrityksenne henkilömäärä

☐ 1-2 henkilöä

☐ 3-10 henkilöä

☐ 11-20 henkilöä

☐ yli 20 henkilöä

* 2. Yritysmuoto

☐ Toiminimi

☐ Oy

☐ Ky / Ay

☐ As Oy / Klint. Oy

* 3. Yrityksenne on toiminut

☐ 0-2 vuotta

☐ 3-6 vuotta

☐ 7-9 vuotta

☐ yli 10 vuotta

* 4. Yrityksenne on ollut Millitilit Oy:n asiakas

☐ 0-2 vuotta

☐ 3-6 vuotta

☐ 7-9 vuotta

☐ yli 10 vuotta

* 5. Mitä Millitilit Oy:n palveluita yrityksenne käyttää?

☐ kirjanpito

☐ palkanlaskenta

☐ ostoreskontra / ostolaskujen kierrätys

☐ myyntireskontra

☐ tilausten käsittely

☐ laskujen maksupalvelut

* 6. Arvioi tyytyväisyytenne tarjoamaamme palveluun

	Erittäin tyytymätön				Erittäin tyytyväinen	
tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
yhteydenpito ja aktiivisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asiantuntemus ja ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aikataulujen noudattaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palkanlaskennan toimivuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
laskutuksen oikeellisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 7. Palvelujen sähköistyminen

	Täysin eri mieltä				Täysin samaa mieltä	
Millitilit Oy:n nykyiset palvelut vastaavat yrityksenne tarpeita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uudet sähköiset taloushallinnon palvelut kiinnostavat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköisten palvelujen tarjonta on riittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 8. Montako tähteä kokonaisarvosanana antaisitte Millitilit Oy:lle asteikolla 1-5?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

* 9. Kuinka todennäköisesti suosittelisitte Millitilit Oy:tä yhteistyökumppaniksi?

En suosittelisi kenellekään				Suosittelen kaikille	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Muuta kommentoitavaa palveluistamme

[+ Lisää uusi kysymys](#)

tai kopioi ja liitä kysymyksiä

Valmis

Liite 2: Saatekirje asiakkaille

Arvoisa asiakas!

Teen Millitilit Oy:lle asiakastyytyväisyyskyselyn osana opinnäytetyötäni Laurea-ammattikorkeakouluun. Tutkimuksen avulla pyrimme parantamaan toimintaamme ja palvelemaan teitä entistä paremmin. Aikaa kyselyyn vastaamiseen kuluu vain pari minuuttia ja teidän mielipiteenne on meille tärkeä. Kysely avautuu alla olevasta linkistä ja vastaukset tallentuvat nimettömästi. Kysely on avoinna 22.12.2016 asti.

<https://fi.surveymonkey.com/r/V2WL5B6>

Kiitos yhteistyöstä!

Ystävällisin terveisin

Mirka Kivi-aho
Kirjanpitäjä

MILLITILIT OY
Rantakatu 1, 2 krs.
04400 JÄRVENPÄÄ